

# ウィズ コロナ

## 知財活用ガイドブック

氷雪の世界は白になって生き残れ。  
コロナの世界は知財で生き残れ。



独立行政法人 工業所有権情報・研修館  
National Center for Industrial Property  
Information and Training

# 進化のカギは、 秘められた遺伝子

生物は潜在的に、自らの身体を「白変」させる遺伝子を持つ … という説がある。

地球の氷河期という環境に生物は何度もさらされた。

その過酷な環境を生き抜いた現存の生物は「白い遺伝子」を受け継いでいるのだという。  
氷雪の世界では、保護色となる「白」に体色を変化させることが、生き残りの条件だったのだろう。

約40万年前、大陸に棲んでいたヒグマが北極に渡っていった … そんな説もある。

しかし、白銀の新世界では、ヒグマの茶色い身体が目立ち生き残れない。

そこで彼らは、潜在的に持っていた「白い遺伝子」を発現させ、  
自ら、ホッキョクグマとなることで、餌となるアザラシを捉えることができたのだ … という説である。

廻り舞台の如く、私たちの社会も変わりつつある。

この新たな社会で生き抜くための課題は「**コロナとの共存**」に向けて、  
自らを変革できるかどうかにある。

では…

## ウィズコロナの時代を生き残るための わが社の「白い遺伝子」は何であろうか？

そして、その遺伝子をどのように発現させれば、変貌していく世界に適合した新たな姿に、  
わが社は変わっていくことができるであろうか。

## 変貌する世界を前に、自らを**変革**できるか

### contents

コロナショック ……………	3	[コラム] PCRについて ……………	17
とある会社の危機 ……………	5	企業活動とウィズコロナ対応 ……………	19
進化した姿の構想と移行戦略 ……………	7	知的財産の総合支援機関 ……………	21
移行戦略×知財戦略 ……………	9	事例からの発見と、よくあるご質問 ……	23
変革の経験から学ぶ(事例01~03) ……	11	お近くの知財総合支援窓口へ ……………	25

# コロナショック

—「これまで」の破壊—

流通  
B to B\*から 店舗から  
D2C\*へ ネット販売へ

生産・対面サービス  
人から  
自動化・ロボット化へ

モビリティ  
移動する社会から  
移動しない社会へ

モノ  
リアルから  
ネット空間・バーチャルへ

空間  
利用効率から  
密の回避、非接触へ

2019年12月……中国・武漢で初めて検出された covid19 (新型コロナウイルス) は、全世界に蔓延  
2020年4月……政府は緊急事態宣言を発出

# ウィズコロナの世界へ…

—「これから」の創造—

## オールドノーマル

これまでの社会

これまでの事業スタイル

これまでの延長線上に未来はない

独自の発掘

独自技術、ノウハウ  
デザイン、ブランド  
独自商品、地域の特産品

## ウィズコロナ時代を 生き抜くために 求められる 変革の力

With - COVID-19 Transformation

新たな事業ビジョン

## ニューノーマル

**商品**

- 家の中を充実させる商品
- 家電への需要増
- 在宅フィットネス

**サービス**

- リモートサービス
- VR体験
- D2C
- デリバリー
- ネット販売

**医療**

- マスク
- 感染防止対策
- 遠隔医療
- 医薬品開発
- 除菌装置

**教育**

- 家庭内教育
- リモート授業
- 大学等の変貌

**ライフスタイル**

- 地方移住
- 家族時間の増加
- ワーケーション
- 巣ごもり需要

**職場環境**

- 脱オフィス
- 脱東京
- 製造ラインの省力化
- web会議
- テレワーク

### コロナ禍で、売り上げが激減 ……

人々にはマスクが、店舗には接触回避の間仕切りが必然となった。自宅でのテレワークが増え、オフィスは閑散とし、内外渡航に制限が課せられた。様々な産業、サプライチェーンが打撃を受けた。世界は、筋書きも見えぬまま今も変貌し続けている。

もはや、かつての日常には戻らない。

まさに、VUCA\* (プーカ: 変化、不確実、複雑、曖昧) の時代を迎えている。

この間、国内総生産 (GDP) は激減。売上確保のため、当座の対応に四苦八苦の中堅・中小企業も多い。

しかし今、企業や産業、地域に求められるのは、VUCA時代を生き抜く、変革の力である。

### 変化の 때가、チャンス の時

コロナ禍が市場を破壊し、私たちの生活を変貌させたとしても、それは同時に新たな市場、新たな価値を創造するチャンスでもある。

「これまで」と同じでばかりではいけない。以前のように新しいものを造れば売れるという時代は終了し、「ビジョン」が求められる時代に入っている。



### 新たな世界に対応したビジネスへの進化

新たな社会【ニューノーマル】で生き抜くための課題は、コロナとの共存に向けた変革【トランスフォーメーション】ができるかにある。企業は、自らの経営理念を守り、培ってきた技術や商品等を基軸としながら、いかに変革するか。

#### ニューノーマルの潮流

ニューノーマルという未開の海では、「引き潮」と「満ち潮」の2つの潮流を読むことをお勧めしたい。それは、オールドノーマルからのシフトで生起するダイナミクスである。

まず、このシフトで「社会」という相互行為の場から「接触」が引き潮によって流されて行く。社会の各場面で、人と人の直接的・物理的な接触機会への忌避が生じる。すると、個人にも、企業や国全体にも内向きの引力が働き、移動や物流の形が変わる。市場の委縮は中堅・中小企業には死活問題ともなる。

しかし、「接触」に伴う需要が海外へ押し流されて行く代わりに「個

を主役とする需要が満ち潮に乗って湧き上がって来る。例えば、在宅ワーク用リフォームやワーケーションだ。さらに、社会の相互行為を維持するための代替手段の開発や利用も進む。例えば、ネットを使ったIT化やロボット化の浸透だ。そして、もう一つの満ち潮として「医療」がある。医薬品の需要に限らず、各種商品には抗菌・殺菌機能、市中には感染防止対策の需要が押し寄せ、個人は健康に関心を寄せる。様々な分野で引き潮、満ち潮が繰り返され、需要は入れ替わる。こうした流れを感じ取り、自ら分析して、ニューノーマルの時代において独自の「新たな事業ビジョン」を構想して欲しい。

ワーケーション: ワーク(仕事)とバケーション(長期休暇)からなる造語。場所を問わない働き方のこと

# とある会社の危機

クライシス

## これまで

**A社は、X県で金属加工業を営む中小企業である。**

金属加工の特殊技術は業界随一であり、また、企画設計、試作から生産までの一貫体制も同社の強みである。  
その強みを活かし高い信頼を得て、大手のオフィス用品メーカーからの受託生産が安定して、売上げの大半を占めていた。



## 危機

**コロナショック!**

**オフィス用品、新型コロナで需要激減  
在宅テレワークの広がり受け**

コロナ禍で予期せず、オフィス用品の需要が激減。  
取引先の大手メーカーからの発注が急減し、  
会社全体の売上げが半減する事態となった  
―― このままでは生き残れない。

これまでの延長線上に未来はない

## ニューノーマルの時代

環境の変化で、主な取引先の生産量がダウン。  
A社の受注量も激減



事業戦略の転換が求められることに



## 変化の 때가、変革のチャンス!

With-COVID-19 Transformation

コロナショックで存続の危機に立たされたA社は  
将来に向けて、どのような対応をすべきであろう

### A社の〔強み〕

- ① 業界随一の特長な金属加工技術
- ② 企画設計から生産まで一貫して対応可能な体制

### A社の〔弱み〕〔脅威〕

- ① 大手メーカーの下請け依存
- ② コロナ禍によるオフィス用品の需要減

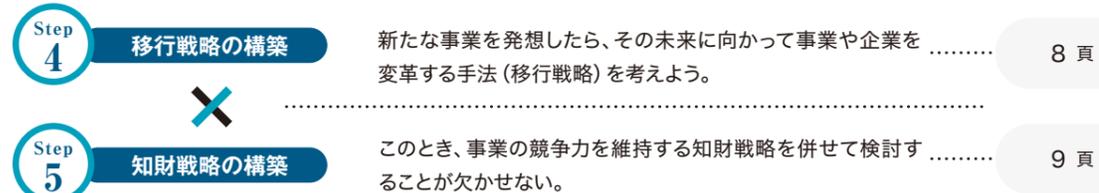
## 変革へのロードマップ

### 1 進化した姿（事業ビジョン）の構想 ..... 7~8 頁



ウィズコロナの世界を生き抜く、新たな事業ビジョンを構想しよう。  
自社の内部環境を振り返って、独自技術などの「強み」を洗い出した上で、新たな外部環境であるニューノーマルに適合しつつ、自社の「強み」を活かせる、進化した独自の事業ビジョンを、自由な発想で検討しよう。

### 2 事業ビジョンへの移行戦略×知財戦略



### 3 変革の経験から学ぶ



- 事例 01 自社製品の新規開発 (B to B\*からB to C\*へ!)** ..... 11 頁  
愛知県・有限会社マサル産業
- 事例 02 異業種への挑戦 (医療業界へ!)** ..... 13 頁  
鳥取県・株式会社ビック・ツール
- 事例 03 大学や他社との連携 (下請け脱却!)** ..... 15 頁  
大阪府・テクノグローバル株式会社

### 4 テレワークなど企業活動の変革 ..... 19 頁



ウィズコロナへの対応として、多くの企業でテレワークの導入や、ウェブでのリモート会議が進んでいる。ビジネスの姿だけでなく、企業体としても進化をするなかで、活用したり注意したりするポイントがある。

### 5 INPITを活用する ..... 21頁~



経験したことのない変革に挑むとき、適切なアドバイスは行く先を照らし、専門的なサポートは大きな推進力となる。各地域にも設置された (INPIT) を活用しながら、トランスフォーメーションに挑んでいこう。

Step 1

これまで

自社の内部環境を把握する

まず、現時点の経営資産 [ 独自性や強み ] を把握する

自社の経営資産のうちから、技術、特許、ノウハウ、デザイン、ブランドなど、経営や事業、製品やサービスの根底にある無形の財産、知的財産を洗い出す。それは、自社の理念とともに大切なコア (コアコンピタンス、中核) である。



独自性や強み



(A社の例) 独自の金属加工技術

事業や技術を「分解したピース」で捉えておく。自社の事業や技術等を把握する際、全体像ではなく、ピースに分解しておけば、現時点の自らの姿に囚われずに、新たなビジョンへと発想が広げやすくなる。

Step 2

新たな外部環境

ニューノーマル時代を捉える

次に、新たな外部環境 [ ニューノーマル ] を捉える

これまでの延長線上にない飛躍した未知の領域に、ニューノーマルはある。コロナとの共存を果たした世界を想像し、ライフスタイルや職場環境、商品・サービス、医療、教育などが、これまでとどう違うのか、何が必要とされるのかを感じ取る。



Step 3

これから

新たな事業を構想する

以上を踏まえ、新たな事業ビジョンを [ 構想 ] する

新たな外部環境[ニューノーマル]に適合し、かつ、自社の理念を守りながら現在の経営資産 (独自性、強み) が活かせる事業ビジョンを構想する。「新たな事業ビジョン」は、発想を広げて、数多く構想してみる。中には、非常に魅力的な事業に気がついて、従来の延長線上では実現が難しいビジョンも出てくるはず。つまり、移行戦略が描けないわけである。次に考えるべきは「移行戦略」である。



(例) 独自の金属加工技術を活かして生み出される新たな商品

第4のステップに進もう、

新たな外部環境 (例)

New Normal

- 接触 (対面・3密) の回避 ⇒ 代替手段 (IT化、ロボット化)
- 移動や物流の変化
- 組織の需要減 → 「個」が主役の需要
- 医療需要、抗菌・殺菌、感染防止
- 健康への関心

新たな事業ビジョン (例)

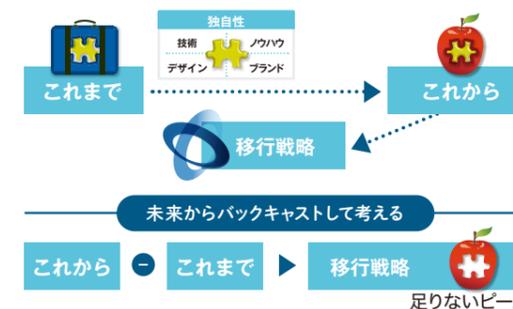
- 観光・飲食業への供給が激減した地元の特産品を、全国の消費者に届けたい
- 当社食品用の包装技術を医療器具に応用し、貢献したい
- 当社の家電製品に紫外線殺菌を組込めないか
- 下請けでは将来が不安である。消費者向けの商品を開発して販売し、多角化したい

Step 4

事業移行戦略の構築

バックキャストでアプローチする

「第4のステップ」として、未来から現在への「バックキャスト」で移行戦略を検討してみる。それには、新事業のビジョンから、現在の「独自性」や「強み」を引き算することで、自社に「足りないピース」、つまり移行戦略のポイントが見えてくる。例えば、技術が足りないならば自社開発のほか他社技術の導入が、販路が無いならばOEMのほか他社製品への技術供与も考えられる。ビジョンへの移行ルートも1つとは限らない。バックキャスト手法は、内閣府知的財産戦略推進事務局が提唱する「経営デザインシート」で用いられている。



移行戦略 (例)

- 異業種への展開
  - ・OEM、他社への技術供与
- ウィズコロナ商品・サービスの開発
  - ・自社開発、他社技術の導入、協業や共創
  - ・DX (デジタルトランスフォーメーション)
- BtoB<sup>※</sup>からBtoC<sup>※</sup>、D2C<sup>※</sup>、海外進出
  - ・販路開拓、ネット販売
  - ・広報戦略 (パッケージ、ブランド)

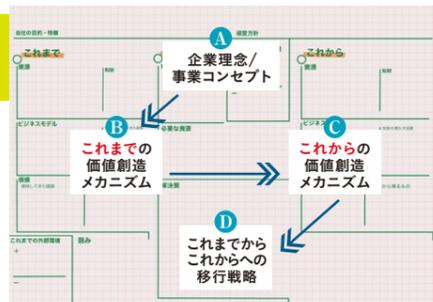
内閣府 知的財産戦略推進事務局 「経営デザインシート」  
([https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei\\_design/siryout01.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/siryout01.pdf))

経営デザインシートとは

ひとことという 将来を構想するための思考補助ツール (フレームワーク)

100文字という 環境変化に耐え抜く持続的成長をするために、自社や事業の **A** 存在意義を意識した上で、  
**B** 「これまで」を把握し、  
**C** 長期的な視点で「これから」の在りたい姿を構想する。  
**D** それに向けて今から何をすべきか戦略を策定する。

目的 環境変化に耐え抜くためには長期ビジョンが重要  
▶ 環境変化を見据え、自社や事業の「これまで」の理解に基づき「これから」を構想



成功したと思われたビジネスが...

Case A社

コロナ禍で受注が激減したオフィス機器の下請企業であるA社は、画期的な自社製品を新規開発して、在宅フィットネス事業に新規参入した。新たな事業は当たり、ヒット製品へと漕ぎつけた。移行戦略は上々に見えた。しかし、市場の成長期で利益を得る間もなく、新興国の追随・参入が始まり、市場はコピー品が溢れるレッドオーシャン (価格競争の激しい海) となる。独自に構築したビジネスモデルは崩壊してしまっ



失敗の原因は → 知財戦略の欠如

左の例は、移行戦略を構築した後、成功したと思われたビジネスが、崩壊してしまう仮定の失敗事例である。失敗の原因は「知財戦略」が欠如し、事業の競争力が維持できなかったことにある。下請を続けてきた経営者に知財戦略の経験はなかったためである。

どうすれば良かったのか。  
次の第5ステップに進もう。

# 2 移行戦略 × 知財戦略

※ 巻末に「用語の説明」があります

## Step 5

### 知財戦略の構築

知財戦略は、将来の競争力を維持するリスクマネジメントとなる。ポイントは、経営者は移行戦略を検討する時、併せて知財戦略を検討することだ。

#### 移行戦略と知財戦略 [ 経営 × 知財 ]

前頁の失敗事例のA社も、移行戦略を進めるのと一体で、知財戦略を組み込んでいくことが必要であった。例えば、新たな事業を構想する段階から下枠のような対策を組み込んでおくことが必要だったと考えられる。このように、経営×知財戦略を考える第5ステップは、新ビジネスに確かな（競争力）を与え、リスクを回避しながらビジネスを実現するための重要なプロセスだ。

#### 移行戦略を支える知財戦略（例）

- 知財情報の活用 ・オープンイノベーション※  
・特許マップ、IPランドスケープ※
- 知的財産の棚卸※（独自性の把握）
- 知財権の取得（参入障壁の構築） ・知財ミックス※
- 営業秘密管理
- オープンクローズ戦略※、標準化※戦略
- 知財ライセンス（イン / アウト）※
- 交渉や契約上での知財管理 ・受発注、共同開発、産学連携
- 海外知財リスク対策
- 社内アイデア喚起、人材育成、規定類の整備※

#### 考えられるA社の知財戦略

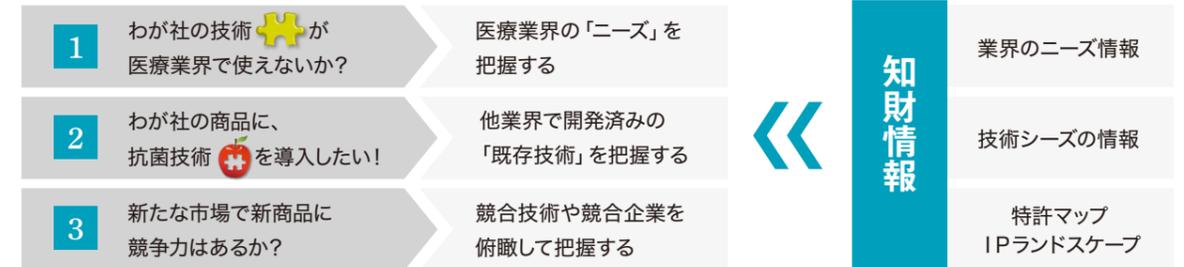
1 コピー品対策としてだけでなく、新製品の競合品・代替品をも阻止できる参入障壁を、特許権取得などで打ち立てておく。	特許権の獲得は事業防衛の基本となる
2 自社の新製品やサービスの価値をブランド化やデザイン開発で高め、併せて商標権や意匠権など様々な権利で守る。	「知財ミックス※戦略」と呼ばれる
3 状況により、敵対ではなく「協調」を通じて知財を活かす戦略もある。例えば、自社のフィットネス事業に関連するサービスや消耗品の提供事業者を仲間に取り込む。	「オープン化※戦略」で、協業者を増やす中で自社固有の領域を守る手法である
4 フィットネス効果の評価方法といったサービスの品質を規格化する。	「標準化※戦略」で、特に機能や品質の評価方法の標準化は中堅・中小企業のとる選択肢の一つとなる
5 ビジネスパートナーに対して、「契約書には何と書かれているか」、「わが社のアイデアは守られるか」を常に自問自答し、具体的な対策を行なう。同時に「社員の姿勢は大丈夫か」、「営業秘密は他社に漏れないか」と警戒と対策を怠らない。	ライセンスや雇用などにおける契約書対策、営業秘密対策で、組織の内部対策となる



## 新事業の実現 & 競争力 経営 × 知財

## 足りないピースを探す

新事業への移行戦略において、未来からのバックキャストで足りないピースを確認するアプローチについて先に述べた。具体的には、知財ライセンス契約によって他社から技術や特許などを導入する。逆に、自社の知財を他社へライセンス供与することで、他社で新事業を実現することによって収益を得る手もある。これらを「オープンイノベーション※戦略」と呼ぶ。

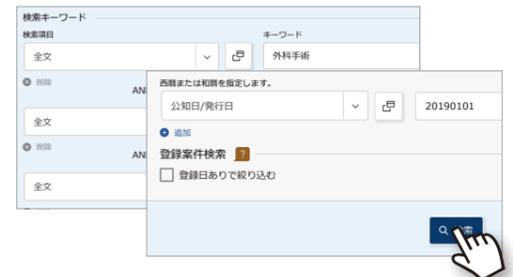


足りないピースは、知財情報を検索することで、その糸口をつかめる。

1 例えば、医療分野への進出を考えると、自社の技術（例：チタン加工）が医療器具で、どのように役立つのか？ 医療分野でのニーズを把握することが必要である。J-PlatPatにアクセスし、キーワードを「外科手術」「チタン」「加工」とし、年代を2019年以降に絞って検索してみる。結果は134件 — これらの特許文献の中に、医療器具のチタン製部品の製造で微細な加工のニーズがあることを示した文献が見出された。



2 一方、技術導入が必要な場合も、知財情報が活用できる。例えば、自社商品の装置に、新たに紫外線殺菌の機能を導入したいと構想したが、その技術を持っていないとする。J-PlatPatで検索すると、さまざまな技術シーズや技術保有企業を知ることができ、構想具体化への大きな一歩となる。



#### 分類検索の技

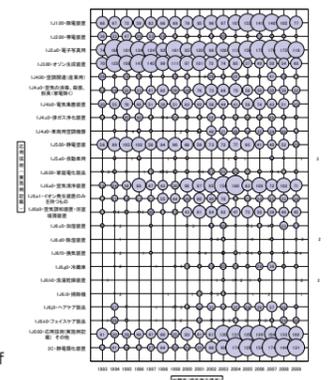
特許情報には「分類」がある。「A61L2/10」のような国際分類や、日本で開発された「Fターム」がある。例えば、Fタームの「4C058」というテーマは「消毒殺菌装置」を扱っており、様々な観点で分類され、検索を容易にしている。

Fタームの例 (Fタームリスト)  
テーマコード：4C058 (消毒殺菌装置)

分類	名称	国際分類	国内分類	特許番号	公開日	発行者
Fターム	消毒殺菌装置	A61L2/10	4C058	特許第XXXX号	20191011	XXXX社
Fターム	消毒殺菌装置	A61L2/10	4C058	特許第XXXX号	20191011	XXXX社

## 技術や市場を俯瞰する

3 新たな事業は市場で競争力を持ちうるか … 未だ見ぬ世界への進出は心細い。関連する多数の特許情報をベースに、分析とプロットをすれば「特許マップ」を描くことができ、競合他社の状況や、競合技術の状況が俯瞰的に把握できる。民間の特許情報サービスでは、特許マップやIPランドスケープ※の俯瞰分析マップ等を提供している。また、INPITでは、中小企業等を対象に特許マップ作成等への支援事業も実施している（22頁参照）。行く先の世界を照らすだけでなく、新事業への「ひらめき」も得られるだろう。



特許マップの例  
「イオン発生装置及びその応用技術」特許出願技術動向調査報告書（特許庁）  
[https://www.jpo.go.jp/resources/report/gidou-houkoku/tokkyo/document/index/23ion\\_ouyou.pdf](https://www.jpo.go.jp/resources/report/gidou-houkoku/tokkyo/document/index/23ion_ouyou.pdf)



### 有限会社マサル産業

知財ポータル <https://chizai-portal.inpit.go.jp/supportcase/2019/06/post-785.html>

#### Step 1

#### これまで

有限会社マサル産業は、創業以来、自動車部品を中心としたゴム製品の製造事業者であった。主な取引先は大企業で、売上の大半を占めていた。

#### 独自性

##### 独自性・強み

- 1 設計提案、金型作成、材料調達、製造まで一貫
- 2 注文から短期間で試作・開発・製造が可能
- 3 小ロットで対応可能
- 4 製造35年の実績と品質
- 5 ゴム業界の広いネットワーク
- 6 外部協力体制



#### Step 4

#### 移行戦略

異業種への挑戦

BtoBからBtoCへ

ネット販売

販路開拓

海外進出

自社独自のBtoC\*製品となるメガネ用鼻パッド「モチアガール」を自社開発することを決断。販路の開拓も新たに進めることとなった。

消費者のニーズを確認するため、国際メガネ展に出展して製品のブラッシュアップを行い、また、販路開拓では、最初は主にネットでの通販で、その後は、直販や眼鏡販売店舗、ビューティー商品取扱店への展開、さらには海外市場への展開も進めている。

#### Step 5

#### 知財戦略

展示会への出展に向け、商品の模倣対策を商工会議所に相談したところ、INPITの知財総合支援窓口が紹介された。INPIT相談員が同社を訪問して、知財戦略の構築に向け支援を受けることとなった。

##### 具体的な知財戦略

- 1 知的財産の権利取得で「信用」を獲得
- 2 消費者への販売のため「商標」と権利を獲得
- 3 展示会への出展時の秘密開示など注意点
- 4 模倣品の防止、海外での模倣品被害への対策
- 5 他社(引き合い)との契約における注意点
- 6 海外進出の準備(海外での権利取得)

#### Step 2

#### 新たな外部環境

移行戦略と知財戦略で、環境の変化を乗り切った中堅・中小企業の例は多くある。こうした過去の経験を、ウィズコロナ時代への変革の力として活かしていこう。

ここでは3つの事例を紹介するが、他にも多くの事例を [知財ポータル](#) で紹介している。(知財ポータルについては23頁を参照)

#### 転機

自動車産業のグローバル化  
(海外生産への移行)



下請け脱却の必要性

近年の自動車産業のグローバル化により海外生産移行の影響を受け、下請け体質からの脱却が急務となる。

しかし、同社は、これまで下請け企業として受注生産の事業を営んできたため、自ら戦略を立てて事業を行うという経験はなかった。

#### Step 3

#### これから

#### ビジョン

直接消費者に販売できる  
オリジナル商品を…

新たな柱として自社の製造技術を活かした消費者に直接販売できるオリジナル商品の開発に取り組むことを構想

## 新事業の実現 & 競争力

経営 × 知財



女性経営者の発想を活かしながら、超軟質シリコン製の眼鏡用鼻パッド「モチアガール」(Mochi a girl) (商標登録6005692)を、形状、構造などの検討を重ねて、2年がかりで開発。眼鏡ユーザーによくある鼻あての痛みや、ズレ落ちを防止し、また長時間の着用による色素沈着を予防できる商品となっている。女性の「つけまつ毛」や「まつ毛エクステ」装着時に、レンズにまつ毛が触れるのを防ぎ、レンズの汚れを予防。また、大きめのサングラスのフレームが頬に当たるのを防ぎ、化粧崩れも予防する。

### 経験を活かし、コロナ禍でも迅速に対応

「モチアガール」の成功経験があったからこそ、コロナ禍への対応も迅速だった。「モチアガール」開発時に培われた技術を応用し、超軟質シリコン製のクリアマスク、「SHOW ME」を開発した。知財を経営戦略に組み込むことで、自社の新しい強みを生み出し、ウィズコロナ時代を生き抜く力となっている。



※ 巻末に「用語の説明」があります



株式会社ビック・ツール

知財ポータル <https://chizai-portal.inpit.go.jp/supportcase/2016/10/post-285.html>

※ 巻末に「用語の説明」があります

### Step 1

#### これまで

##### 自動車整備用機器、産業用機器の製造販売

主に自動車整備用機器、産業用機器の製造販売を手がける会社。  
オンリーワンのモノづくりを目指す同社の主力商品は、非常に小さい切削抵抗と高い耐久性を実現し、ステンレス材にも穴を開けることができる「月光ドリル」。  
この「月光ドリル」で、企業所在地である鳥取県西伯郡日吉津村に企業城下町を構築することを目指している。

#### 独自性

##### 独自性・強み

- 1 ドリルに関する再研磨技術情報の蓄積
- 2 長年培ってきた研磨機の技術を駆使して開発した「月光ドリル」
- 3 業界オンリーワンのドリル技術 (非常に小さい切削抵抗と高い耐久性)



### Step 2

#### 新たな外部環境

#### 転機

月光ドリルが  
テレビで紹介される



著名大学から  
医療向けの相談

### Step 3

#### これから

#### ビジョン

「月光ドリル」で  
医療業界にイノベーションを!  
(世界への進出)

同社では「熱が出にくいという特徴を生かして医療業界に新しいイノベーションを起こしたい」そして「まずは世界へ出たい。アメリカの学会で認められれば日本の学会でも評価されるはずだ」そう考えたという。

### Step 4

#### 移行戦略

異業種への挑戦

新規事業部立上げ

米国学会  
での展示

海外進出

市場・顧客  
の調査

自社の知財的な強みを活かした事業戦略の立案のほか、市場調査、ターゲット顧客の見直し、製造方針や販売方針の立案など、事業戦略と知財戦略を構想していく必要があった。

### Step 5

#### 知財戦略

それまで産業用機器の製造が主だった会社にとって、医療業界への参入は専門外だった。そこで、INPITの知財総合支援窓口にご相談。INPITでは、医療業界に詳しい専門家、企業OB、弁理士などで支援チームを結成。専門家の支援計画に基づいて、同社ドリルの特徴を活かした事業戦略×知財戦略の実践を進めたことで、医療業界への参入を果たした。

##### 具体的な知財戦略

- 1 自社特許やノウハウなど知的財産の棚卸<sup>※</sup>
- 2 他社特許や開発動向の調査
- 3 事業戦略(製造・販売)に沿った知財戦略
- 4 海外進出のノウハウ(規格対応など)
- 5 従業員の知財への意識(社内勉強会)
- 6 営業秘密管理の体制づくり

## 新事業の実現 & 競争力

経営 × 知財



米国の学会(展示会)で、同社の周りは名だたる医療関連メーカーばかり。そんな中、著名な先生方が医療用の月光ドリルを“凄いな”と言ってくださったから、場の空気が一変。同社には名刺交換の行列ができたという。同社は今、医療業界のほか、航空機業界への参入も始めている。航空機用特殊ドリルを開発し、世界最大手航空機メーカーと商談を開始するなど、“鳥取から世界へ”を実践しながら商品開発を進めている。



### テクノグローバル株式会社

(特許庁監修 広報誌「とっきょ」2019年2・3月号より)  
[https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol41/03\\_page1.html](https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol41/03_page1.html)

※ 巻末に「用語の説明」があります

### Step 1

#### これまで

#### 試作製作、プラスチック金型の製造

金型とプラスチック成形加工に高い技術を持ち、大手メーカーからの受注生産を柱としていた同社。その強みは「想いをカタチに変える」こと。設計、モデル、成形品の試作から、金型、製品の成形、加工、組立、さらには、品質管理やメンテナンスに至るすべての段階でのサポートも含めてワンストップで提供できる強みがある。

#### 独自性

##### 独自性・強み

- 1 金型技術の高度なノウハウ
- 2 設計から加工組立までのワンストップ化により、納期を半減
- 3 同社「カセット金型」の採用で30%前後のコスト削減



### Step 2

#### 新たな外部環境

市の企業展示イベント  
の展示ブースに参加



医科大学から  
医療器具の事故の相談

#### 転機

### Step 3

#### これから

設計から加工組立まで  
ワンストップの強みを活かし  
下請け脱却し、**自社製品を!**

#### ビジョン

「ワンストップが強みでも、下請けのままでは…」と、同社の社長は、自社製品開発への想いを抱いていた。そんなとき、「ヒューバー針の針抜き用医療器具」を使う医療従事者の事故を防ぎたいという相談を受けた。

### Step 4

#### 移行戦略

異業種への挑戦

大学との産学連携

実証試験

海外進出

商品価値  
の向上

下請けから脱却し、自社製品開発への想いを実現できるこの機会には、大学との産学連携、販売会社との連携、医療分野への進出など、事業戦略とともに自社の知財戦略を構築していく必要があった。

### Step 5

#### 知財戦略

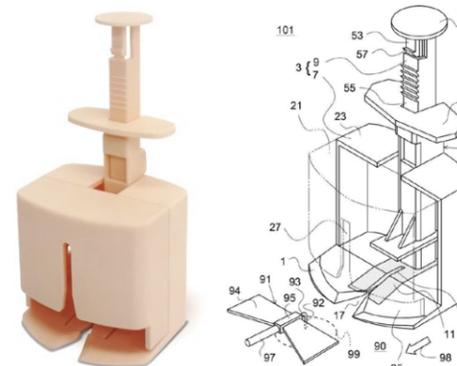
同社社長は、大学や他社との連携という事業戦略 × 知財戦略に、どう対応して良いか不安があった。そこで、INPITの知財総合支援窓口相談。INPITでは、窓口担当者と弁理士により、同社と大学、販売会社の数次にわたる打合せをサポート。さらに、INPIT知財戦略アドバイザーを派遣して、金型技術など営業秘密管理の支援も行った。

##### 具体的な知財戦略

- 1 大学との特許の共同出願や実施許諾契約
- 2 金型技術やノウハウの保護  
(クローズ戦略、営業秘密管理、技術漏洩防止)
- 3 意匠、商標の出願 (知財ミックス※)
- 4 職務発明など社内知財管理
- 5 海外展開

## 新事業の実現 & 競争力

経営 × 知財



ヒューバー針（患者に薬液を投与する際に使用する針）の使用後、針を抜く際に、医療従事者が指や手を刺してしまう針差し事故を防ぐことができ、片手で抜針が可能な「ヒューバー針の抜針器」を、大学および販売会社と共同で開発。大学との実績が同社の信頼度アップにつながり、他の大学からも引き合いが来ている。医療分野への進出も果たすことができ、新たな医療器具を開発中である。

[ コラム ] ウィズコロナと知的財産権

# PCRについて

— Polymerase Chain Reaction —

## ポリメラーゼ連鎖反応

PCR検査という言葉をよく聞くようになった。PCR法とは、遺伝子（DNA）を複製して増幅する手法の1つである。医療診断だけでなく、考古学、犯罪捜査など様々な場所で使われている。例えば、火葬の後の骨に残った超微量のDNAでも、それを何億倍にも増幅して個人を特定できるほどである。この方法を用いた検査装置で、コロナウイルスのDNAを特定できる。

ひらめきの瞬間  
ノーベル賞…

「私の銀色のホンダ・シビックは、山に向かってぐんぐん進んでいた」



この日本車が走る場所は米国、カリフォルニア州道128号線。随所で引用されるこの場面は、PCR法の「ひらめき」の瞬間を記述したストーリーである。助手席の恋人がうたた寝を始め、ヘッドライトが照らす木々をポーッと見ながら運転していたとき、彼（発明者）の脳裏には自身のDNA研究が浮かんでいた。頭の中でDNAの鎖がくるくるとねじれたり、たゆたったりしている……ひらめきの瞬間は突然に訪れた。PCR法の原理が浮かんできたのである。思わず「やった!」と叫び、車をトチノキが茂る路肩に停める。助手席で、恋人が

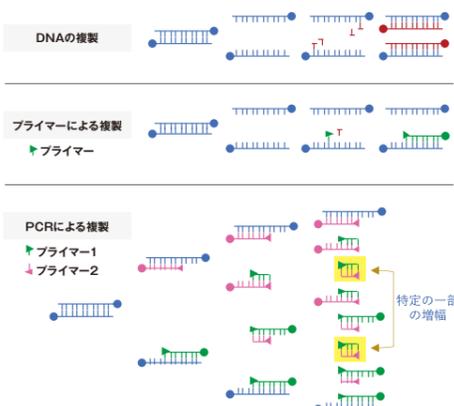
欠伸をした。

この発明者は、後にノーベル化学賞を受賞する カリー・バンクス・マリス (Kary Banks Mullis) である。

「三上」という言葉がある…「馬上・枕上・扇上」…現代風に言えば、車や電車、ベッド、トイレといった場所は、アイデアをひらめくにも適した空間なのだろう。ウィズコロナの「新たな事業ビジョン」を構想する時も、集中を解いた気持ちになって、論理的に思考するより感性や直感からの創造をすることで、「やった!」と叫びたくなる偶発のひらめきが、得やすくなるかもしれない。

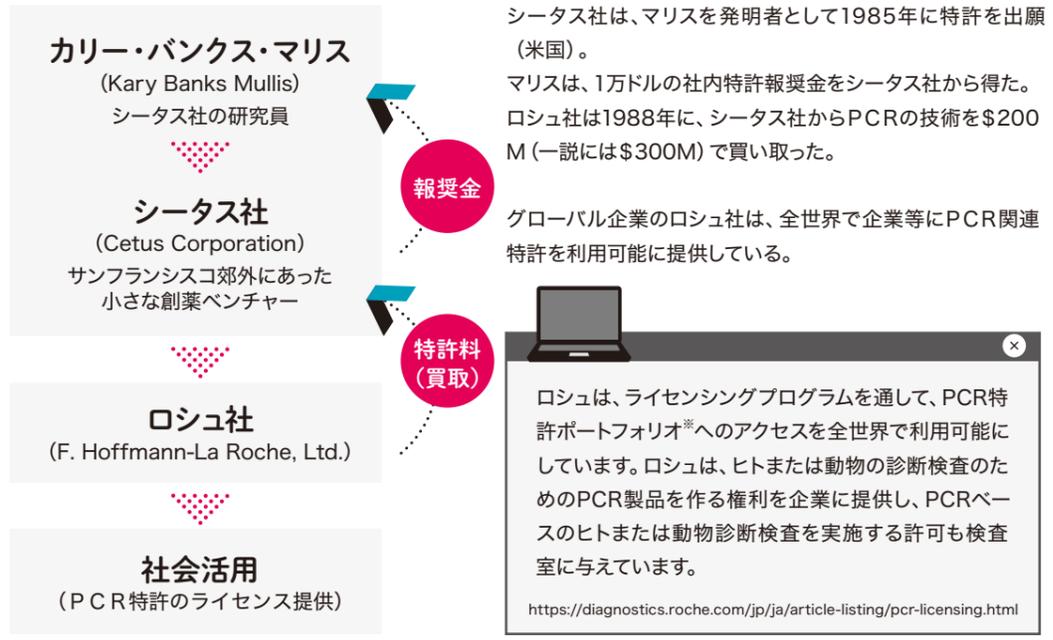
- キャリー・マリス『マリス博士の奇想天外な人生』(ハヤカワ文庫,2004)
- スリニ・ビレイ『ハーバード×脳科学でわかった究極の思考法』(ダイヤモンド社,2018)
- 福岡伸一『生物と無生物のあいだ』(講談社,2007)
- 日本RNA学会『く走馬灯の逆廻しエッセイ』第9話「数兆円の経済効果—PCRの発見」  
(<https://www.rnaj.org/newsletters/item/471-furuichi-9>)

PCRは、DNAの「特定の一部」だけを抜き出して「増幅」する技術である。そもそもDNAは、2本の鎖が対に結合した二重らせん構造である。その結合が解かれ、それぞれの鎖を鋳型にして複製が行われると2つのDNAになる。プライマーという技術を使うと、DNAの場所を特定して一方向に複製が開始できる。しかし、これだけではDNAの末端までの長い鎖が合成され「特定の一部」は抜き出せない。PCRの肝は、プライマーを「2つ」用いることである。特定の一部の左側から右方向に動くプライマー1と、右側から左方向に動くプライマー2で複製が進むようにしておくと、複製サイクルが繰り返されるうちに「特定の一部」が増幅される結果となる。



PCRの仕組み

発明者の権利と  
特許ライセンスによる社会活用



特許情報なら  
すぐ手に入る!



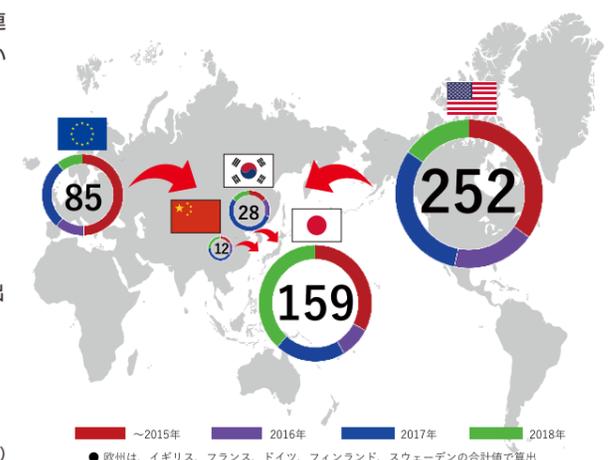
マリスの特許公報 (公開公報)

PCRの最初の論文は、サイエンス誌に掲載されている。ただ、そうした学術情報を探し出し、手に入れることは一苦勞である。特許情報なら、ノーベル賞の技術でも、あなたのPCからネットですぐに手に入る。無料のデータベース「J-PlatPat」にアクセスして(20頁参照)、簡易検索から「カーリー バンクス マリス」で検索してみよう。得られた左の特許公報を見ると特許分類 (C12N15/10、C12Q1/68等) が付いている。こうした「分類」を使って検索すれば、PCR関連の様々な技術情報を、網羅することが簡単にできる。場合によっては数百件の特許情報がヒットするかもしれない。そのとき、国別、企業別、年代別などで、統計をとってみれば、ちょっとした作業で、1つの技術の地図を描くことができるかもしれない。あなたのビジネスでも、特許マップを作ってはいかがだろうか。簡単なものなら、J-PlatPatの検索結果を分析すればできてしまう。

J-PlatPatの検索結果を利用して、PCRに関連した特許出願について、簡易な特許マップを描いてみよう。

- (条件) ・日本特許庁への出願 (国内文献)
- ・IPC分類 = C12Q1/686
- ・2018年までの公知日

出願人住所で分析すると、米国や欧州からの出願が、この分野では多いようだ (右図)



- 日本特許庁への特許出願の全体 (全分野) では、日本の出願人が 81%、同じく米国 7%、欧州 7%、中国 2%、韓国 1% (「特許行政年次報告書2020」8頁より)

俯瞰して分析する

# 4 企業活動とウィズコロナ対応

ウィズコロナの世界では、新たにビジネスを構築するだけでなく  
企業内の活動自体も、新たな環境に対応していかなければなりません

## テレワークで知財を学ぶ

**IPePlat**  
知財を知る。知財で稼ぐ。

すべての教材が  
無料でログインなし  
でも視聴いただけます

在宅でも、  
オンライン動画で  
知財が学べます

豊富なコンテンツで、  
初学者にも、学び直し  
にも活用できます

QRコード  
IP ePlat で検索！

## テレワークと企業秘密

### 在宅勤務に潜むリスク



これまでの通常業務で、営業秘密管理をしていない企業(組織)が、時勢に流されルールを決めずに、いきなりテレワークを実施してしまっているのは、「非常に危険な状態」といえます。あなたの会社の現状を見直してみましょう。

### 会社のヒミツを守るには

テレワーク開始にあたっては、従来型の勤務を想定して作成された既存の社内規則に加え、必要な場合には、秘密情報の自宅(社外)への持ち帰りを認めつつ、その場合のルールを定める必要があります。そして、「適切なアクセス権者の設定」「秘密情報が含まれる書類・媒体へのマル秘表示、電子ファイル(フォルダ)へのID・パスワード設定」なども確実に実施してください。これらは、営業秘密管理において最も重要な要件である「秘密管理性」にも共通の必要条件です。

### 例えば…「経営者」が行うべきこと

- 1 テレワークの実施を考慮した就業規則、情報セキュリティポリシーを定める
- 2 取り扱う情報について重要度に応じたレベル分けをし、テレワーク等での利用可否と、利用可とする際の取り扱い方法を定める
- 3 万が一事故が起こった場合の連絡体制を整備する

営業秘密・知財戦略相談窓口(22頁)までご相談ください

## テレワークで知財情報を探る

### 1 特許情報プラットフォーム(無料)を使う

企業の知財活動の基盤でもある産業財産権情報を、インターネットを通じて何時でも、何処でもアクセスできるようにしています。

<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>



特許・実用新案、意匠、商標の検索サービス



マルチOS マルチブラウザ対応

#### 対応OS-ブラウザ

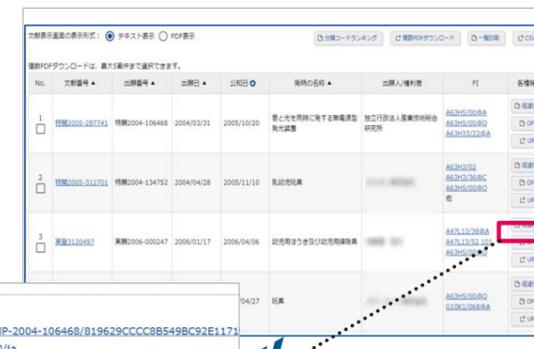
Windows	Edge, IE, FireFox, Chrome
MacOS	FireFox, Safari,
Android	Chrome, Androidの標準ブラウザ
iOS	Safari



J-PlatPatでは、複数OS、複数ブラウザでご利用可能となっており、ご利用の在宅環境に広く対応しています。

### 在宅勤務で便利な機能

「検索結果一覧」画面の右端や「文献表示」画面の右上にある「URL」ボタンを押すと、対象案件のURLがクリップボードにコピーされますので在宅勤務の同僚と共有できます。



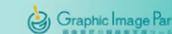
「CSV出力」を利用すれば、検索結果一覧をCSVファイルに出力して、在宅勤務の同僚と共有できます。注: CSV出力機能をご利用頂くにはID、パスワード登録が必要です。

### 2 画像意匠公報検索支援ツール(無料)を使う (Graphic Image Park)

<https://www.graphic-image.inpit.go.jp/>



「画像を含む意匠」を簡単調査!



#### インターネットで簡単!無料!

- 1 ドラッグ&ドロップ!
- 2 結果を表示
- 3 気になるデザインの公報を見つけたら登録番号をクリック



# 5 知的財産の総合支援機関

※ 巻末に「用語の説明」があります

INPITは、わが国における [ 知的財産の総合支援機関 ] として  
 知的財産の創造・保護・活用に関して  
 中小企業等の皆様にきめ細かなサービスをご提供するトータルコンサルタントです

## 第一の柱

### 産業財産権情報の提供

特許・意匠・商標の  
 公報など  
 知財情報の提供



企業の知財活動の基盤でもある産業財産権情報を、インターネットを通じて何時でも、何処でも  
 アクセスできるようにしています。外国の特許庁等からも公報等の情報を確実に収集し、提供しています。

#### 1 公報DB

- 特許情報プラットフォーム
- 画像意匠公報検索支援ツール

- 利用マニュアル（簡易マニュアル）や講習会テキストを、窓口やホームページで広く配布・提供しています。
- 利用方法のセミナーを開催しています。
- HPで、よくある質問（FAQ）も紹介しています。

#### 2 その他

- 新興国等知財情報データバンク
- 開放特許情報DB（+リサーチツール特許DB）

## 第二の柱

### 権利の取得と戦略的活用の支援

特許等の出願から、  
 経営×知財の  
 戦略まで  
 総合支援



優れた技術を持つ中堅・中小・ベンチャー企業や地域経済を支える中小企業等の事業拡大や  
 収益向上に向けて、知財の権利取得から事業化までを見据えた戦略的な活用の支援を行っています。

#### 1 相談窓口

- 知財総合支援窓口（各都道府県）
- 専門窓口（東京・大阪）  
 ・産業財産権相談窓口  
 ・営業秘密・知財戦略相談窓口
- 海外展開知財支援窓口  
 ・関西知財戦略支援専門窓口

#### 2 セミナー

- グローバル知財戦略フォーラム
- 企業内研修などへの講師派遣（海外展開、営業秘密管理）

#### 3 その他

- イノベーション支援（国家プロジェクト、産学連携への知財支援）
- 特許マップ等の作成（中小企業等特許情報分析活用支援事業）

## 第三の柱

### 知的財産関連人材の育成

知財研修や  
 動画教材の提供、  
 若年層支援など



様々な層の人材育成に対して、オンライン動画教材や、テキスト形式の教材をご活用いただけます。  
 また、目的に応じて、知財研修も申込・受講いただけます。学生等の皆さんには、パテントコンテスト等  
 に挑戦することができ、高校等の学校単位で支援事業のご活用も可能です。

#### 1 eラーニングで知財を学びたい

- IP ePlat

#### 2 中小企業で実際に起こった事例を学びたい

- グローバル知財マネジメント人材育成教材

#### 3 企業・公的機関等の知財人材の育成研修に参加したい

- 「知的財産権研修」をはじめとする各種研修

#### 4 「明日の産業人材」である生徒・学生等の総合的な知財マインドを育みたい

- パテントコンテスト等、知財力開発校支援事業

特許庁への手続の疑問は、産業財産権相談窓口へ！  
 よくあるご質問は、ネットで即解決！

### 産業財産権相談窓口

産業財産権相談窓口では、特許庁への手続の相談にお答えします。  
 対面相談（特許庁舎2階）のほか、電話やメールによる相談が、  
 無料でご利用いただけます。

また、知的財産相談・支援ポータルサイトからは「よくある質問」  
 や、各種手続の「様式」が手に入ります。



知的財産相談・支援ポータルサイト

<https://faq.inpit.go.jp/industrial/faq/type.html>

技術や秘密の管理が重要！

### 営業秘密・知財戦略相談窓口

企業の命である技術やノウハウ。管理は適切にできていますか。  
 競争や海外に秘密が漏洩していませんか。  
 取引先に独自技術が搾取されていませんか。

- 特許化やノウハウ管理等、技術の管理方法をサポート
- 企業秘密の守り方、管理方法も一緒に構築します！



営業秘密・知財戦略相談窓口

<https://www.inpit.go.jp/katsuyo/tradeseecret/madoguchi.html>

特許情報分析の支援をします



中堅・中小・スタートアップ企業等にとって費用負担が大きい  
 「特許マップ作成」「先行技術調査」等の特許情報分析を支援します。  
 企業の取組段階に応じて特許情報の調査・分析を行い、  
 その結果を提供いたします。



特許情報分析支援事業

[https://www.inpit.go.jp/katsuyo/patent\\_analyses/index.html](https://www.inpit.go.jp/katsuyo/patent_analyses/index.html)

自社の特許を使って欲しい、使える他社の特許を知りたい

企業、大学、公的研究機関等が実施特許または権利譲渡の用意がある「開放特許」  
 及び「リサーチツール特許」の情報を収録したデータベースサービス  
 を提供しています。COVID対策支援宣言特許の特集もしています。



開放特許情報データベース

Licensable Patent Information Database



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

INPITの関西拠点

INPIT-KANSAI

関西知財戦略支援専門窓口

INPIT近畿統括本部（INPIT-KANSAI）は、  
 関西地域の企業のビジネス成長と海外展開を支援します。

- 「関西知財戦略支援専門窓口」の知財戦略エキスパートによる「ビジネス・知財総合戦略」に関する支援
- 「高度検索用端末利用室」や「面接審査室」を備え、  
 関西に居ながら特許庁を身近にする



INPIT関西

<https://www.inpit.go.jp/kinki/index.html>

海外進出に潜む知財リスクの低減！

### 海外展開知財支援窓口

- 海外知的財産事情を踏まえ、各社の事業展開に即した知財戦略の策定を支援
- 海外展開時の知財リスク軽減を見越し、ビジネスモデル構築や契約書策定についてアドバイス
- 技術流出や冒認出願等の懸念を踏まえ、外国展示会出展、サンプル・図面提供の方向性等を提案 等



海外展開知財支援窓口

[https://www.inpit.go.jp/katsuyo/gipdd\\_madoguchi/index.html](https://www.inpit.go.jp/katsuyo/gipdd_madoguchi/index.html)

海外の役立つ知財情報を提供しています



海外で知財トラブルに巻き込まれないために！  
 海外企業との交渉や契約での留意点を知るために！  
 新興国での知財・ビジネス環境を調べるために！



新興国等知財情報データベース

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

# 事例からの発見と、よくあるご質問

## ● 全国で年間10万件以上の相談や支援の実績があります。

多くの支援実績の中から、企業様のご承諾を頂いた900件以上の事例を、支援事例としてホームページ“知財ポータル”に紹介しています。検索機能もありますので、関心に応じた事例をご覧ください。



知財総合支援窓口  
**知財ポータル**  
<https://chizai-portal.inpit.go.jp/>

## ● 進化を遂げた企業たち … 成功経験からの発見

11～16頁でも事例を3つ紹介しました。さらに“知財ポータル”に掲載した多くの成功経験が自社の変革へのヒントになるかもしれません。

支援事例 よくあるご相談

### 支援事例

企業秘密も相談している例があるの？

ブランド支援はどのように上手くいく？

窓口支援事例

ピックアップ事例

窓口では幅広いご相談に対応しています。ここでは、支援により成果のあがった事例を紹介しています。掲載されている内容は掲載時点での情報です。

農業関係での知財活用ってどんなこと？

同じ県内で支援を受けた例を見てみたい

フリーワード検索

掲載事例文中のキーワードを検索します (AND検索可)。  
例：特許、意匠、商標、ライセンス、契約、売上、販売 など

検索条件 フリーワード検索：指定しない 支援内容：全て 支援形態：指定しない 所在地：全国 業種：全て 従業員数：指定しない 掲載年：全て

全905件 20件ごと表示 前へ 1 2 3 4 5 6 .. 46 次へ

わが社のような社員が数人の企業もあり？

**木製玩具の知財保護と活用** NEW  
株式会社浅尾  
[滋賀県] [製造業] [1~5人] [2021年]

**技術とブランドをシネスモデル**  
株式会社今井産業  
[青森県] [卸・小売業] [11~30人] [2021年]

**大手メーカーとの共同研究成果を実用化**  
株式会社地域資源バンクNIU  
[三重県] [その他サービス業] [1~5人] [2020年]

**播種装置の権利化支援**  
凌和電子株式会社  
[宮城県] [製造業] [101~300人] [2020年]

**知財を利用した新製品による経営多角化**  
華羅株式会社  
[島根県] [宿泊・飲食業] [1~5人] [2020年]

**水産品等販売での模倣品対策支援**  
有限会社 林屋川魚店  
[栃木県] [農林水産業] [11~30人] [2020年]

**100年の夢（日本酒ブランドの保護）**  
株式会社今井酒造店  
[長野県] [製造業] [6~10人] [2020年]

**スケール除去水浄化装置の権利化・事業化**  
有限会社 南口工業  
[大阪府] [製造業] [6~10人] [2020年]

社内人材の育成ってどういふこと？

同業者ではどのような事例があるか？

- 支援内容 +
- 支援形態 +
- 所在地 +
- 業種 +
- 従業員数 +
- 掲載年 +

検索 条件をクリア

## ウィズコロナに関係した相談例

さらに詳しくは、最寄りの知財総合支援窓口までお気軽にご相談ください ☆☆



コロナ対策の新しいマスクを開発しました

今までに無いアイデアかどうか、確認しましょう。J-PlatPatを使って過去の発明を調査できます。



産業機械の技術を、医療器具に応用したいと思えます。技術自体は以前からあり、特許は取得できないでしょうか？

ある分野で既に公知の技術でも、異なる技術分野への転用で特許が取得できる可能性があります。



消費者向けにも、わが社の製品を販売したい。

パッケージデザインやブランド構築なども支援します。販路開拓なども、他の支援機関との連携で支援します。



コロナ対策の新事業で、他社と協業したい。

御社のノウハウや開発成果(知的財産)の取扱いについて慎重な交渉や契約が必要ですので、ご相談ください



### よくあるご相談

出願に関する相談

知財管理体制の整備

事業における知財活用

職務発明とその規程

その他

- Q 新たな技術を発明したので、特許として権利化して我が社の将来の事業で活かしていきたいと思っている。については、特許出願の相談にのってもらえないか？ +
- Q 特許として権利が取得できる発明とはどのような発明なのか、どんな要件があるのか教えてもらえないか？ +
- Q 発明した技術が新規性をもつものなのか自社で確認したい。については、費用のかからない先行技術調査の方法を教えてください +
- Q 新商品を開発した。考えている商品名について商標登録出願をしたいのだが、相談にのってもらえないか？ +
- Q 自社の製品を識別しやすくするため商標登録出願を検討しているのだが、商標登録出願の手続きがよく分からないので相談にのってもらえないか？ +
- Q 異業種の人から商標登録は大事だと最近聞かされた。商標を登録したとき、自社の事業上の効果としてどんなことが考えられるのか？ +
- Q 書面による出願を続けてきたが、自社のパソコンから直接インターネットを介して電子出願できるようにできないか？ +
- Q 大手通信会社へ新製品を売り込んでみたが、知的財産で保護されていなければ受け入れられないことがわかった。新製品を保護するソフトウェアの特許出願はどのようにしたらよいのだろうか？ +

# お近くの知財総合支援窓口へ



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

知財ポータル 🔍

中堅・中小・ベンチャー企業の皆さんへ

アイデア  
商品ネーミング  
商品デザイン  
新しい技術

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

営業上の情報・ノウハウ  
ロゴマーク  
屋号

**INPIT 知財総合支援窓口**

訪問支援可  
相談無料  
秘密厳守

まずはお電話ください！  
**0570-082100**

Check!

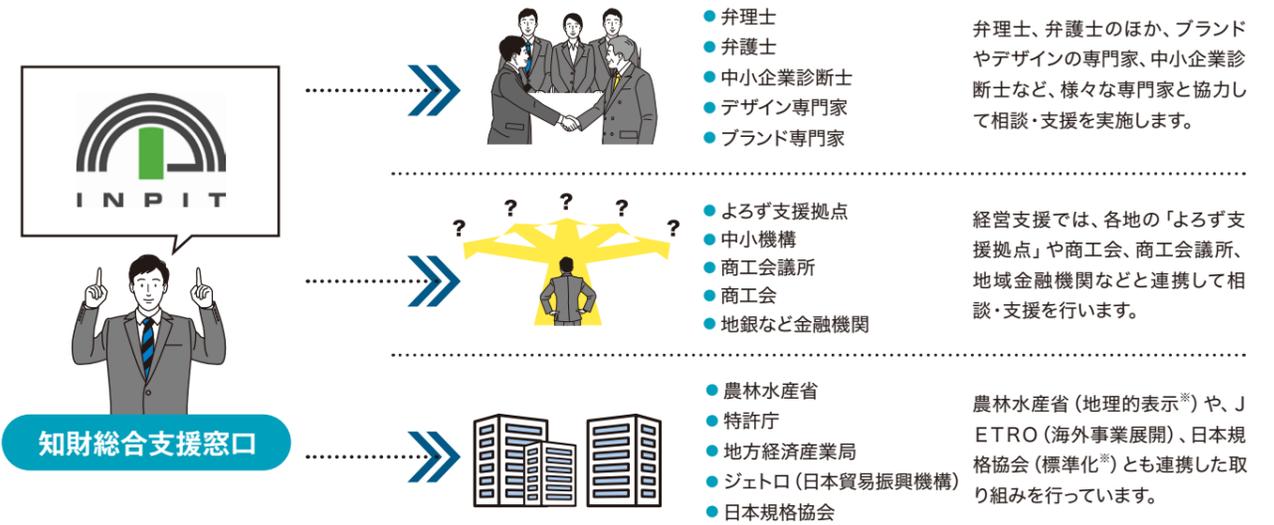
- 商品名やデザインを考えただけ、この後どうすればいいの？
- 開発中の技術を権利化すべき？ノウハウとすべき？
- 新製品開発や製品改良のために、他人の技術内容をヒントにしたい！
- 自社の技術情報を漏れないようにしたい！
- 他社との共同研究を予定しているが、どういふことに気をつけなければならないの？
- 海外展開を予定しているけど、どんな点に注意が必要なの？

ひとつでも当てはまる方は、ぜひご相談ください！

全国 47 都道府県に設置されたお近くの窓口におつなぎいたします

都道府県	設置場所	都道府県	設置場所
北海道	札幌市北区 KDX札幌ビル5階	福井県	福井市 福井県工業技術センター1階
青森県	青森市 青森県庁北棟1階 青森県知的財産支援センター内	滋賀県	栗東市 滋賀県工業技術総合センター別館1階
岩手県	盛岡市 地方独立行政法人岩手県工業技術センター2階	京都府	京都市下京区 第1キョートビル7階
宮城県	仙台市青葉区 角川ビル4階	大阪府	大阪市北区 大阪駅前第一ビル10階
秋田県	秋田市 秋田県庁第二庁舎2階	東大阪市	クリエーション・コア東大阪 北館1階
山形県	山形市 山形県高度技術研究開発センター1階	兵庫県	神戸市中央区 神戸商工会議所会館4階
福島県	郡山市 福島県ハイテクプラザ2階	神戸市須磨区	兵庫県立工業技術センター 技術交流館1階
茨城県	水戸市 茨城県産業会館12階	奈良県	奈良市 奈良県産業振興総合センター内
栃木県	宇都宮市 とちぎ産業創造プラザ内	和歌山県	和歌山市 九番丁MGビル5階
群馬県	前橋市 群馬県産業技術センター内	鳥取県	鳥取市 公益財団法人鳥取県産業振興機構 本部内
埼玉県	さいたま市 新都心ビジネス交流プラザ3階	米子市	公益財団法人鳥取県産業振興機構 西部支部内
千葉県	千葉市 塚本大千葉ビル5階	島根県	松江市 テクノアークしまね1階
東京都	東京都港区 虎の門三丁目ビルディング1階	岡山県	岡山市北区 テクノサポート岡山3階
神奈川県	横浜市 南幸折目ビル9階	広島県	広島市中区 広島発明会館
新潟県	新潟市中央区 新潟県工業技術総合研究所2階	山口県	山口市 リアライズIII1階
	長岡市 千秋が原ビル2階	徳島県	徳島市 徳島県立工業技術センター2階
山梨県	甲府市 アイメッセ山梨3階	香川県	高松市 高松センタービル4階
長野県	長野市 長野県工業技術総合センター3階	愛媛県	松山市 テクノプラザ愛媛4階
	岡谷市 長野県工業技術総合センター1階	高知県	高知市 高知県工業技術センター4階
静岡県	静岡市 静岡県産業経済会館1階	福岡県	福岡市中央区 天神ジョッパーズ福岡8階
	沼津市 沼津商連ビル3階		福岡市博多区 福岡県中小企業振興センタービル6階
	浜松市 浜松商工会議所会館8階		北九州市戸畑区 北九州テクノセンター1階
富山県	高岡市 富山県産業技術研究開発センター 技術開発館1階	佐賀県	佐賀市 佐賀県地域産業支援センター内
	富山市 富山県総合情報センター情報ビル2階	長崎県	大村市 長崎県工業技術センター内
石川県	金沢市 石川県地場産業振興センター新館1階	熊本県	熊本市中央区 富士水道町ビル2階
岐阜県	岐阜市 シンガザ神田5階	大分県	大分市 大分県産業科学技術センター内
愛知県	名古屋市中千種区 サンライズ千種6階	宮崎県	宮崎市 宮崎県工業技術センター2階
三重県	津市 セキゴン第2ビル2階C室	鹿児島県	鹿児島市 鹿児島県産業会館 中2階
		沖縄県	浦添市 明幸ビル3階

## 相談・支援のネットワーク



用語	説明
VUCA	Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性) を合わせた造語。プーカと読む。1990年代に軍事分野で使われ始め、2010年代に経済・社会の状況を反映してビジネス用語となる。
IPランドスケープ	知財情報と非知財情報(マーケット情報や研究開発費等)を分析し、現状俯瞰・将来展望を示して、事業戦略や経営戦略に役立てる手法(特許庁監修 広報誌「とっきょ」2019年10月号より)
BtoB、BtoC、D2C	BtoB (Business to Business: 企業に向けたモノやサービス)、BtoC (Business to Consumer: 消費者に向けたモノやサービス)、D2C (Direct to Consumer: 直接に消費者に届ける態様)
オープンイノベーション	企業の内部と外部のアイデアを組み合わせ、革新的で新しい価値=イノベーションを創り出すこと(特許庁監修 広報誌「とっきょ」2019年2-3月号より) ●特許庁「オープンイノベーションポータルサイト」もご参照ください。 <a href="https://www.jpo.go.jp/support/general/open-innovation-portal/index.html">https://www.jpo.go.jp/support/general/open-innovation-portal/index.html</a>
ライセンス(イン/アウト)	[ライセンスイン] 他社(他者)が開放している特許について契約により実施許諾を得て、自社でその特許技術を利用し、事業の創生や拡大につなげること。 [ライセンスアウト] 自社の特許技術を実施することについて他社(他者)に許諾をすることで(実施許諾契約)、事業を拡大したり、特許の実施料を獲得したりすること。 ●「知っておきたい特許契約の基礎知識」もご参照ください。 <a href="https://www.inpit.go.jp/blob/katsuyo/pdf/info/tebiki_1009.pdf">https://www.inpit.go.jp/blob/katsuyo/pdf/info/tebiki_1009.pdf</a>
知財の棚卸	目に見えない財産として自社が持っている技術やノウハウ、意匠、商標、そして特許等の知的財産権について洗い出して書面化するとともに、保有する産業財産権について権利の維持・放棄の判断を行うこと
知財ミックス	一つの製品やサービスについて、特許、意匠、商標や、不正競争防止法などで複合的に保護(権利化)すること。
規程類の整備	例えば、従業員が会社での職務の範囲内で行った発明(職務発明)についての届出や、従業員への「相当の利益」の支払いを「職務発明規程」等に定めておくことで、モチベーションアップにつなげます。
オープン化戦略	他社(他者)に自社の技術を公開したり、特許をライセンス(実施許諾)したりすること。一方、秘匿や独占をすることを「クローズ化戦略」という。自社利益拡大のため、戦略的に選択することが重要。
標準化	ISO(国際規格)、JIS(国家規格)など製品やサービスの互換性や、品質・性能・安全性を確保する取組。製品の性能基準や評価方法を標準化する手法を採れば、自社の固有技術の独自性は確保できる。
特許ポートフォリオ	特許(知的財産)を「群」で管理すること。「特許網」という表現もある。製品や事業全体を多数の知的財産権による群(網)で管理し保護していくこと。
地理的表示	伝統的な生産方法や気候・風土・土壌などの生産地等の特性が、品質等の特性に結びついている製品について、その名称(地理的表示: GI)を知的財産として登録し保護する「地理的表示保護制度」がある



ウィズコロナの時代を生き残るため、わが社の「**白い遺伝子**」……

それは「**知財**」です。

技術、デザイン、ブランド、知識 ……

「**知財**」は、多くの企業が持つてはいるが、  
持っていることになかなか気づいていない。

しかし「**知財**」を発現させることで、  
ウィズコロナ時代を生き残る個体に進化できる。

独立行政法人工業所有権情報・研修館

## INPIT と一緒に 知財という遺伝子を 発現させませんか？

企画・発行



独立行政法人 工業所有権情報・研修館  
National Center for Industrial Property  
Information and Training

〒105-6008 東京都港区虎ノ門4-3-1 城山トラストタワー 8階  
TEL:03-3503-6051 (知財活用支援センター)

デザイン制作

勝美印刷株式会社

リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。