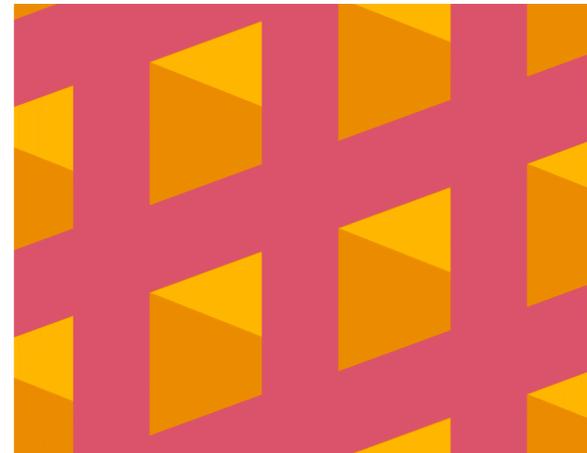
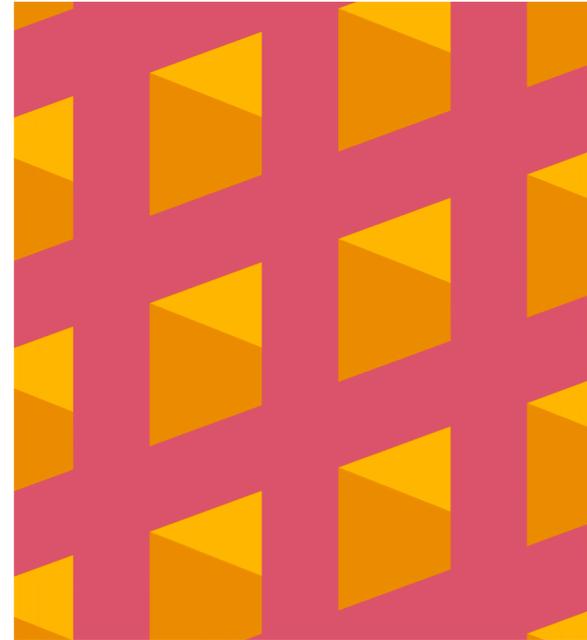


投影用

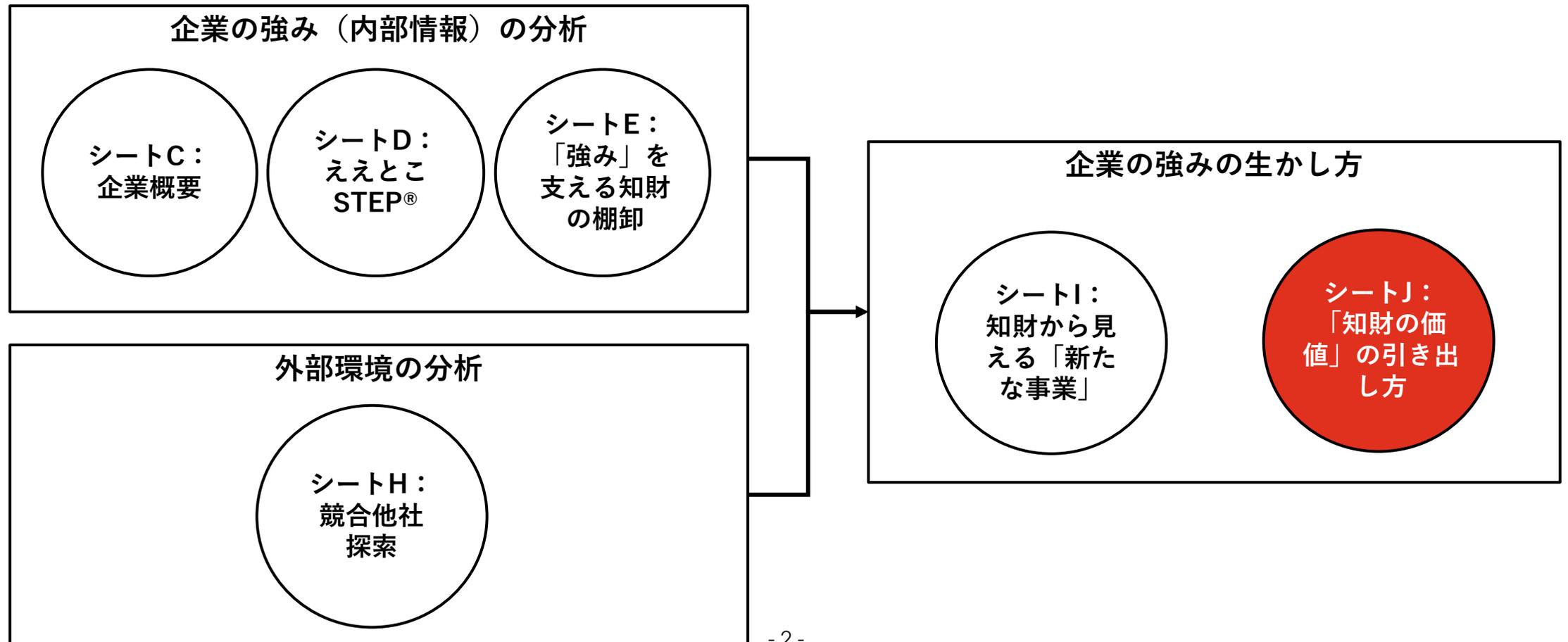
知財ビジネス評価書（基礎項目編） 作成ワーク Day3

令和4年度 知財金融事業 事務局(PwCコンサルティング合同会社)
2022年10月14日



本日のワークの目的

基礎項目編は、企業の強み（内部）を分析した上、簡単な「提案」ができるようになっています
うち、本日の目的は「知財からどう価値を引き出すか」簡易的な提案をすることです



シートJ：「知財の価値」の引き出し方 発見シート※

中小企業様にとって「知的財産」が大切なのは「守り」のためだけではありません。

このシートのポイントは「守り」だけではない「強みの活かし方」を、漏れなく、洗い出すことです

ポイント	発見する上での視点（シートの項目）
創意工夫を促進して社内を活性化する	同社の「強み」は社内で理解されているか
	「発明」や「創意工夫」を促す仕掛けはあるか
競合者間における競争力を強化する	同社の知的財産権は他社にとっての参入障壁となっているか
	競合他社は同社の知的財産権による影響を受けているか
取引者間における主導権を確保する	同社の知的財産は価格競争を排除する要因になっているか
	同社の知的財産は取引先から選ばれる要因か
自社の強みを顧客に伝える	同社の「強み」はお客様に伝わっているか
	同社の「知的財産権」はお客様に伝わっているか
協力関係をつなぐ	知財を生かして開発パートナーとの連携などが生まれたか
	知財を生かして製造・販売などとの連携が生まれたか

「守り」型の項目

本日のワークシート

本日は、時間の関係で、赤枠で囲った3つの項目について、考えてみましょう

ポイント	発見する上での視点（シートの項目）	事業視点で見た重要性・必要性	知財活動等を通じた改善の方向性
創意工夫を促進して社内を活性化する	同社の「強み」は社内では理解されているか		
	「発明」や「創意工夫」を促す仕掛けはあるか		
競合者間における競争力を強化する	同社の知的財産権は他社にとっての参入障壁となっているか		
	競合他社は同社の知的財産権による影響を受けているか		
取引者間における主導権を確保する	同社の知的財産は価格競争を排除する要因になっているか		
	同社の知的財産は取引先から選ばれる要因か		
自社の強みを顧客に伝える	同社の「強み」はお客様に伝わっているか		
	同社の「知的財産権」はお客様に伝わっているか		
協力関係をつなぐ	知財を生かして製造・販売パートナーとの連携が生まれたか		
	知財を生かして開発パートナーとの連携などが生まれたか		

【仮想事例】 企業概要

企業名：ABC株式会社

業種：製造業

社員数：15名

資本金：1000万円

事業概要

- 同社は、大手企業X社の下請け企業として、食品用のパッケージ梱包機械の真空部品を製造している。
- 業績は順調に推移しており、大手企業との安定的な関係性を構築できている。
- 2018年に創業者が引退し、血縁関係のある後継者へと代替わりを行っている状況にある。
- 社内には、知財を取り扱う専門人員はおらず、社長が兼任している。

【仮想事例】 経営者へのヒアリング結果（抜粋）

- 大手企業X社との取引が売上高の8割を占めている。X社は、食品用のパッケージ装置で国内シェア2位である。同社との付き合いは30年以上に及んでおり、ABC株式会社の高品質・高信頼な製品を軸として、安定した関係性を構築している。同社と競合する企業との取引は考えていないが、全体として多角化は必要と考えている。
- X社以外に、売上高の2割程度が、自社製品として強みを持つ真空部品を市場投入している。
- 経営者は同社の強みを真空部品製造の技術力であると考えている。高い真空度を、通常の製造工程よりも短く、かつ、小ロットでも製造できる特色がある。
- 高い真空度を実現する技術については、同社の社員が独自に開発したものでありノウハウとして内部で蓄積している。同社では様々な社員が自由にアイデアを出しながら活動。一方で関係する社員3名がいずれも50代であり、あまり技術承継ができていない。
- なお、同社の技術は食品用パッケージ装置において活用されているが、高い真空度 かつ 低コストという点で、様々な技術適用先・展開先が想定される。一方、まだ経営者として検討ができていない。現在、商社経由で同社製品を購入している「2割」のお客様についても、分析は出来ていない。
- 過去（2006年）に知り合いの弁理士の助言のもと、特許出願（1件）をし、登録に至った。当該特許については、同社の真空部品に対する「耐久性」を実現するための技術に関するものである

Q1：「発明」や「創意工夫」を促す仕掛けはあるか

経営者ヒアリングの結果

- 高い真空度を実現する技術については、同社の社員が独自に開発したものでありノウハウとして内部で蓄積している。
- 同社では様々な社員が自由にアイデアを出しながら活動。一方で関係する社員3名がいずれも50代であり、あまり技術承継ができていない。

事業視点で見た
重要性・必要性

知財活動等を通じた
改善の方向性

Q2：同社の知的財産は取引先から選ばれる要因か

経営者ヒアリングの結果

- 同社は、真空部品製造において、高い真空度を、通常の製造工程よりも短く、かつ、小ロットでも製造できる
- 取引先とは、高品質・高信頼な製品を軸として、30年以上にわたる安定した関係性を構築している

事業視点で見た
重要性・必要性

知財活動等を通じた
改善の方向性

Q3：知財を生かして製造・販売パートナーとの連携が生まれたか

経営者ヒアリングの結果

- 同社の技術は食品用パッケージ装置において活用されているが、高い真空度かつ低コストという点で、様々な技術適用先・展開先が想定される
- 一方、まだ経営者として検討ができていない。現在、商社経由で同社製品を購入している「2割」のお客様についても、分析は出来ていない。

事業視点で見た 重要性・必要性 (回答の一例)

知財活動等を通じた 改善の方向性 (回答の一例)

Q1：「発明」や「創意工夫」を促す仕掛けはあるか

経営者ヒアリングの結果

- 高い真空度を実現する技術については、同社の社員が独自に開発したものでありノウハウとして内部で蓄積している。
- 同社では様々な社員が自由にアイデアを出しながら活動。一方で関係する社員3名がいずれも50代であり、あまり技術承継ができていない。

事業視点で見た
重要性・必要性
(回答の一例)



とても重要

同社の今の競争力は、従業員間の自由な議論など、創意工夫を促す仕掛けがベースで、これからも大切（社員間の信頼関係が、強みの源泉に）

知財活動等を通じた
改善の方向性
(回答の一例)



改善余地あり

アイデアが「〇〇さんのもの」のようになり、企業として活かす活動が僅か。アイデアに対してインセンティブ（金銭的なものに限らない）を設定したり、社内でアイデアを共有する場が必要かも。

Q2：同社の知的財産は取引先から選ばれる要因か

経営者ヒアリングの結果

- 同社は、真空部品製造において、高い真空度を、通常の製造工程よりも短く、かつ、小ロットでも製造できる
- 取引先とは、高品質・高信頼な製品を軸として、30年以上にわたる安定した関係性を構築している

事業視点で見た 重要性・必要性 (回答の一例)



とても重要

食品製造というミスが許されない部品において、長年にわたって大きな不良等がなく、真空性をもたらす同社独自の知財が取引先との関係を生んでいる。

知財活動等を通じた 改善の方向性 (回答の一例)



やや余地あり

既に取り先は同社の強み・知財をしっかりと理解している様子。改善の方向性としては、今後の事業展開を見据えて、どのように進めるのがよいかを検討（例えば権利化の必要性等を検討）

Q3：知財を生かして製造・販売パートナーとの連携が生まれたか

経営者ヒアリングの結果

- 同社の技術は食品用パッケージ装置において活用されているが、高い真空度かつ低コストという点で、様々な技術適用先・展開先が想定される
- 一方、まだ経営者として検討ができていない。現在、商社経由で同社製品を購入している「2割」のお客様についても、分析は出来ていない。

事業視点で見た 重要性・必要性 (回答の一例)



知財を活かす余地は、まだ、同社の「2割」の部分。どんなお客様がいるのかなどを分析し、「新規事業」として腰を据えて取り組むうえでは、重要な取り組みか。

知財活動等を通じた 改善の方向性 (回答の一例)



改善余地あり

まだ、取り組めておらず、これからの活動が重要。
例えば、初手として知財ビジネス評価書・提案書などで、似たような技術（特許）の「技術適用先・展開先」を洗い出すことで、ビジネス機会を明らかにできるかも。

本日のワークシート（記載結果）

本日のワークを通じて見えた「知財の価値の引き出し方」は以下の通り

全て対応する必要はなく、重要な点を金融機関が取引先に提案、次の一手を検討してみてください

ポイント	発見する上での視点（シートの項目）	事業視点で見た重要性・必要性	知財活動等を通じた改善の方向性
創意工夫を促進して社内を活性化する	同社の「強み」は社内では理解されているか		
	「発明」や「創意工夫」を促す仕掛けはあるか	重要	改善余地あり
競合者間における競争力を強化する	同社の知的財産権は他社にとっての参入障壁となっているか		
	競合他社は同社の知的財産権による影響を受けているか		
取引者間における主導権を確保する	同社の知的財産は価格競争を排除する要因になっているか		
	同社の知的財産は取引先から選ばれる要因か	とても重要	やや余地あり
自社の強みを顧客に伝える	同社の「強み」はお客様に伝わっているか		
	同社の「知的財産権」はお客様に伝わっているか		
協力関係をつなぐ	知財を生かして製造・販売などとの連携が生まれたか	やや重要	改善余地あり
	知財を生かして開発パートナーとの連携などが生まれたか		

Thank You

www.pwc.com/jp