

～知的財産の視点から経営課題の解決を図る～

# ハンズオン支援 事例集 2020

令和3年3月  
中部経済産業局 知的財産室  
(業務請負：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)



## (1) ハンズオン支援事例

- 事例 1 : 事例1 : 株式会社パームホルツ  
(特許技術を活用した海外事業展開の検討) 2
  
- 事例 2 : 株式会社くればあ  
(新市場を創出するための企業体力 (ブランディング、体制) の強化) 3
  
- 事例 3 : ニチニチ製薬株式会社  
(乳酸菌コスメの市場ポジションを確立する戦略・行動計画の立案・実践) 4
  
- 事例 4 : 豊桑産業株式会社  
(デジタル技術を活用した自社ブランド事業の創出) 5
  
- 事例 5 : 有限会社小松鋳型製作所  
(新事業を拡張させるブランド・デザイン戦略の検討) 6
  
- 事例 6 : ミナミ産業株式会社  
(大豆加工食品を、国内外で本格的にBtoC展開する方策の検討) 7

# 事例 1 : 株式会社パームホルツ (特許技術を活用した海外事業展開の検討)

知財権活用

ライセンス(契約)

海外展開

## 知的財産経営実践の概要

解決  
したい  
課題

### マレーシア合弁企業パートナーの獲得

- 特許を取得した圧密技術を活用してオイルパーム樹幹廃材から外構材及びカウンターを製造する合弁企業をマレーシアに設立したい。
- 合弁事業のビジネスを提案して、現地パートナーを獲得したい。

### 専門家によるハンズオン支援

- 特許権・事業内容・パートナー候補企業等についての確認
- 提案内容の検討、アジア中心に海外ビジネス展開に関する助言
- 現地合弁企業設立提案のためのストーリー提案・検討

ハンズ  
オン  
支援

マレーシア企業に合弁企業の設立を提案するプレゼン資料の作成

訪問支援：3回

結果  
・  
成果

マレーシア企業の経営者視点を踏まえたストーリー性のあるプレゼン資料を検討、作成

### 今後の取組課題

- ✓ 事業計画、事業採算性の検討、ライセンス契約等の準備
- ✓ 英語版のプレゼン資料作成、マレーシア候補企業に対する合弁企業設立提案のプレゼン
- ✓ 製品名の検討⇒商標権の取得

## 取組の詳細

- 特許技術の特徴、特許技術を活用した事業展開の取り組み、現地パートナー候補企業、先方への提案内容等の確認

JP材・MY材

オイルパーム樹幹(OPT)

JP材・MY材

- 現地パートナーとの信頼関係構築など海外での知財ビジネスの留意事項、キープロジェクトの実施や段階的な取引等、合弁事業を成功させるための必要事項について助言
- 競合するWPC等と比べた優位性、最終製品市場について助言、議論
- 競合品との差異化、高付加価値化、保守的な日本市場への対応策、実績のPR手法、委託生産の技術流出リスク、ロードマップ作成と事業段階毎の契約、製品名の検討、商標権取得による保護について助言
- パートナーへの提案書に関し、マレーシア合弁企業設立の条件を明示して、投資するかどうか回答を求める内容とするのを助言

## 企業の声

未利用資源「オイルパーム」の樹幹を価値ある資源として生まれ変わらせる事業に取り組んでおり、オイルパームの植林地であるマレーシアにて合弁企業を設立し特許技術をライセンスして製造したいという目標において、現地パートナー候補企業に対する合弁企業設立提案書に明確なストーリーを描くことができなかつたが、専門家の助言と議論により、特許を取得した技術・製品の優位性や付加価値を伝えるプレゼン内容・資料に整理してまとめることができた。

## 企業概要

業種	技術サービス (圧密技術を応用したオイルパームの製造加工・販売と事業化の普及支援)				
住所	愛知県犬山市	URL	<a href="https://www.palmholz.co.jp/">https://www.palmholz.co.jp/</a>		
創業	2015年	従業員数	6人	資本金	4,000万円

## 支援専門家 (回数)

支援コーディネータ (3)  
中小企業診断士  
同行専門家 (2)  
中小企業診断士、建築士

# 事例2：株式会社くればあ（新市場を創出するための企業体力（ブランディング、体制増強）の強化）

ブランディング強化

管理体制強化

ビジネスモデル検討

## 知的財産経営実践の概要

解決  
したい  
課題

### 新たなビジネス形態への対応策

- 提供してきた価値はオーダーメイドニーズに応えるマスクの提供にあり、その価値（強み）をより際立たせるためのツールとしてシステム導入や知財対応・管理に迫られている。
- 具体的な行動について優先順等の整理が十分ではない。

### 専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出、契約面の懸念事項について解決策の助言・提案
- 自社の「強み」の見える化、ブランド戦略の方向性検討
- 自社の強みの蓄積・継承方策の検討、今後の知財管理体制の検討

### 今後の取組課題

- ✓ ブランディング施策の着実な積み上げ、経営者の明確な意思を社内発信することで取組を前進
- ✓ 今後の共働プロジェクト（大手化粧品メーカーほかとの企画）に向けて「伝えたい価値」の推敲

ハンズ  
オン  
支援

知名度と商品開発力を生かした事業展開を支えるべくブランディング活動の具体化、知財・法務管理体制の確保  
訪問支援：3回

結果  
・  
成果

経営者が狙う価値発信に向けた価値の見える化、媒体有効活用などブランディング手法の認識向上

## 取組の詳細

- 従前のBtoB事業（フィルター販売）からBtoC事業（オーダーメイドマスク事業）への二次創業をより力強く拡大させるための取組、外部資源（専門家）の有用性を確認
- 自ら発信していく「価値の見える化」の重要性、経営者から社内に対し明確なメッセージを出すことの必要性について理解
- 社内の意思決定を迅速にさせるうえでも、経営者のビジョンが明確であることの重要性を再認識
- PRメディアの活用手法を再構築するとともに、Webサイトについては現行を生かしつつ、包含するコーポレートサイトを構築する必要性を確認
- 海外展開について確実に保護すべき知財や契約内容を特定・明確化し必要な対応を講じること、データ利活用について今後の予定や将来計画を定め適切な方策を選択していくことの重要性を確認



## 企業の声

新規事業を一層成長させていくにあたり、懸念していた他社特許権や契約事項について解消可能なことが確認できたほか、今後必要となるブランディングについて取組内容を確認できた。当社の強みを商品に反映させていくこととともに、より強いメッセージを全社をあげて発信していくことが重要であると再認識でき、いただいた助言や指摘を今後の取組の具体化へ生かしたい。  
(知財総合支援窓口による支援継続を予定)

## 企業概要

業種	製造業（メッシュフィルターの加工販売、オーダーメイドマスクの製造販売）				
住所	愛知県豊橋市	URL	<a href="https://www.nippon-clever.co.jp/">https://www.nippon-clever.co.jp/</a>		
創業	2016年	従業員数	43人	資本金	2,000万円

## 支援専門家（回数）

支援コーディネータ（3）  
弁護士・弁理士  
同行専門家  
ブランド専門家（2）  
知財総合支援窓口（3）

# 事例3：ニチニチ製薬株式会社（乳酸菌コスメの市場ポジションを確立する戦略・行動計画の立案・実践）

ブランディング強化

社内体制強化

事業性強化

## ■ 知的財産経営実践の概要

解決  
したい  
課題

### 独自技術製品のリブランディング対応

- 化粧品市場における市場競争力強化に資する施策を複合的に実施し、ブランディングも含めた自社商品の存在感を高める知財活動を効率的に進めたい。

### 専門家によるハンズオン支援

- ▶ 乳酸菌コスメの市場ポジションの現状確認
- ▶ ポジション分析を踏まえた戦略・行動計画の立案
- ▶ 自社の「強み」の見える化、ブランド戦略の方向性検討

### 今後の取組課題

- ✓ ブランディングについて、施策の着実な積み上げが重要であり、知財との連動も意識しつつ取組を計画的に進めていく。
- ✓ 短期的、中長期的な取組課題を整理し、その実現を目指す。

ハンズ  
オン  
支援

化粧品市場において自社商品の競争力強化に資する施策、自社商品の差別化・高付加価値化のための適切な知財活動の検討  
訪問支援：3回

結果  
・  
成果

現状を整理し、今後改善させていくべき課題を会社全体の課題として再整理、取組の優先度の明確化

## ■ 取組の詳細

- 乳酸菌コスメの市場ポジションを確立する戦略・行動計画の立案に向けた現状確認を行い、製品価値やターゲット顧客に関する言語化を実施
- 将来価値設計ノートを用いたブランディング活動のあり方や注意点の確認、助言
- 市場動向分析にかかるこれまでと今後について協議、短期・中長期に分けて施策計画を議論
- 現有特許や周辺技術領域を見据えた研究開発状況を確認、出願戦略は従前の方針を継続させていくことで合意。周辺知財を確保していくことで、自社の領域拡充を図っていくことの有用性を助言
- ブランディングを進めるなかで、保有する知財のみならず、競合他社の商品やその背景の知的財産(権)に着目し、競合との差異化のポイントが明確になるなどの知財情報活用の効用について認識を向上



## ■ 企業の声

ブランディングやそのためのマーケティングの取組の必要性について、営業担当は認識していたが、開発部門など社内の各部門がハンズオン支援に参加することでそれらの重要性を社内理解・共有できた。ブランディング活動について中長期の継続した取組・蓄積が不可欠であり、今回策定いただいたアクションプランをもとに着実な進捗を図っていきたい。

## ■ 企業概要

業種	製造業（乳酸菌・有用微生物の研究開発及び健康食品の製造、化粧品の販売）			
住所	三重県伊賀市	URL	<a href="http://www.nichinichi-phar.co.jp/index.html">http://www.nichinichi-phar.co.jp/index.html</a>	
創業	1987年	従業員数	70人	資本金
				8,500万円

## ■ 支援専門家（回数）

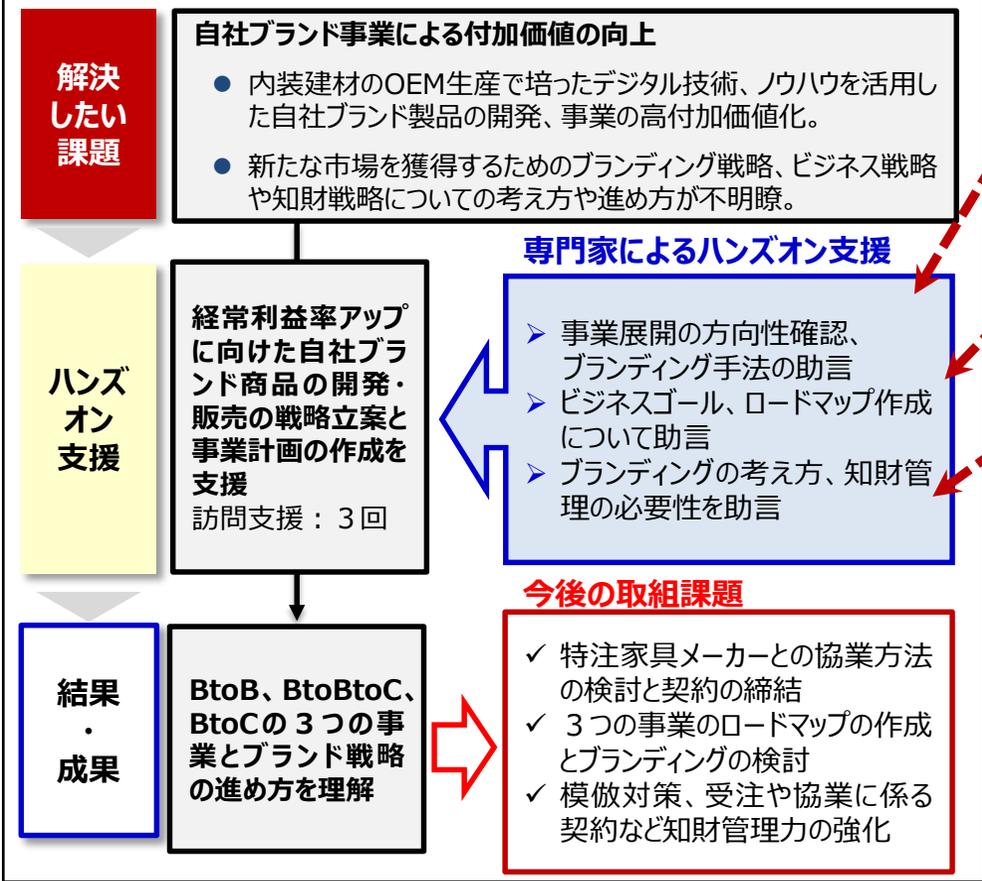
支援コーディネータ（3）  
弁護士・弁理士  
同行専門家（2）  
ブランド専門家

# 事例4：豊桑産業株式会社（デジタル技術を活用した自社ブランド事業の創出）

新事業創出

ブランディング強化

## 知的財産経営実践の概要



## 取組の詳細

- ・ スマートファクトリー化による注文から生産、加工まで短納期で注文に対応できるという強みを活かして、作り付け家具などのオーダー家具事業を自社ブランドで展開するという新事業の方向性を確認。
- ・ ビジョン経営、受注までのストーリーづくり、リピートストーリーの設定、ブランディングにおける知財活用、新事業展開における協業先との調整、商標取得等について助言と議論を実施。ロードマップの作成について説明。
- ・ 3つの事業のロードマップとペルソナの設定、3つの事業毎に顧客の視点でのブランド名の付与、商標・特許取得による他社の模倣阻止等について助言、議論。自社の事業を守るために受注契約、職務発明規定、秘密保持契約など知財に関する管理力を強化することについて助言。



## 企業の声

自社ブランド商品の開発・販売戦略を検討していたが、これまで全く考えていなかった有用な助言を専門家からいただき、事業のロードマップとブランディングについての取り組み方針が明確になった。知財については、これまでほとんど意識していなかったが、自社事業を守るために商標、特許、ノウハウ、営業秘密等を総合的に管理することが必要であることを理解できた。

## 企業概要

業種	製造業（木質内装建材の製造）				
住所	岐阜県各務原市	URL	<a href="https://hosojapan.co.jp/">https://hosojapan.co.jp/</a>		
創業	1938年	従業員数	79人	資本金	3,000万円

## 支援専門家（回数）

支援コーディネータ (3)  
 中小企業診断士  
 同行専門家 (2)  
 ブランド専門家

# 事例5：有限会社小松鋳型製作所（新事業を拡張させるブランド・デザイン戦略の検討）

ビジネスモデル検討

ブランディング強化

知財権活用

## 知的財産経営実践の概要

解決  
したい  
課題

### 軌道に乗った新事業のさらなる拡大

- 本業（鋳物用の中子・砂型の設計・製造）で培った技術を活かして、食品用金型を製作する新事業を立ち上げた。
- 新事業を始めて数年になるが、現状の顧客ターゲットやビジネスモデルでは、売上（受注量など）が頭打ちとなる可能性。

### 専門家によるハンズオン支援

- 事業拡張策の議論、ブランディング手法の助言
- ブランドのコア部分の作りこみや、デザイン思考の活用を助言
- ブランド確立を支える、意匠保護方策等の助言

### 今後の取組課題

- ✓ 提供価値を凝縮・体現したシンボルや顧客コミュニケーションツールの制作
- ✓ 独自製品デザインの権利保護
- ✓ 知財（ブランド・ノウハウ）を活かしたパートナー戦略の構築

ハンズ  
オン  
支援

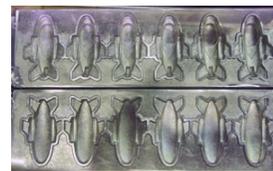
新たな顧客獲得を見据えた事業シナリオの立案、ブランドの磨き上げ方策の検討  
訪問支援：3回

結果  
・  
成果

新事業を成長させる事業戦略の設定と、その裏付けとなるブランド・デザイン戦略についてのマインド向上

## 取組の詳細

- 本業や新事業（初期段階）で培った強み（顧客ニーズを汲んだ焼き型の設計力等）や、現在までの引き合いを鑑み、新たなビジネスモデルや顧客についてプレストを実施。
- 食品用金型事業の広がりを見据えたブランディングの方策について議論。作り手の想いをブランドのシンボル（メッセージ・ロゴ・コンテンツなど）として体現し、それらを商標等で保護・活用する方策を助言。
- 将来価値設計ノートを用いて、顧客ターゲット別の提供価値などをプレスト・整理。事業ブランドとしてのまとめ方・価値の伝え方について提案。
- 独自製品を意匠権で保護する方策や、ライセンスの貸借を伴う外部パートナーとの連携方策について助言。



## 企業の声

食品用金型事業の今後のシナリオや、事業の本質的な価値について深く考える機会となりました。新たな事業で最も重要なデザイン性を守る方策として、商標権の活用等によってブランドを形成することや、意匠権を取得することで、よりオリジナリティを高めた製品を広めていきたい。

## 企業概要

業種	製造業（鋳物用中子・砂型、食品用金型）				
住所	石川県小松市	URL	<a href="http://www.k-igata.co.jp/">http://www.k-igata.co.jp/</a>		
創業	1967年	従業員数	13人	資本金	900万円

## 支援専門家（回数）

支援コーディネータ（3）  
ブランド専門家  
同行専門家（2）  
弁理士

# 事例6：ミナミ産業株式会社（大豆加工食品を、国内外で本格的にBtoC展開する方策の検討）

新事業創出

ブランディング強化

海外展開

## 知的財産経営実践の概要

解決  
したい  
課題

新たな価値提案ができる大豆加工食品をBtoC展開したい

- BtoB事業として、大豆加工食品やその製造装置を国内外に販売していた。新たな付加価値を提案できる複数の商材（大豆加工食品）を、国内外でBtoC事業として展開したい。

### 専門家によるハンズオン支援

- BtoB事業で培った自社の強みの特定、伝え方の検討
- BtoCブランディングの方策検討、国際取引における知財法務の助言
- 事業のさらなる展開方策（商標やノウハウのライセンス、データ利活用など）を議論・検討

### 今後の取組課題

- ✓ コミュニケーションツール（完成間近のHPやコンテンツ）を活かした各種ブランディング施策の実行
- ✓ 国内外への販路開拓の実現に伴う、ブランドや製造ノウハウの知財保護方策の実行

ハンズ  
オン  
支援

既存事業で培った強み（ブランド力・技術力）を特定し、BtoC事業としてのブランド戦略を具体的に議論・検討  
訪問支援：3回

結果  
・  
成果

各種商材の特徴を鑑みた、事業・製品のブランド戦略や、国際取引における知財法務について議論を深めた。

## 取組の詳細

- 大豆加工食品や大豆加工機器を、BtoB事業として国内外に製造販売していたが、BtoC事業も展開することで事業拡大や事業リスクの分散を図る。
- 独自の加工技術に支えられた大豆加工食品（豆乳・大豆パウダーなど）は、味・栄養・健康・環境負荷の面で非常に価値が高い製品となっており、海外では既にブランドが確立している状況。
- 多様なBtoC事業の展開シナリオが考えられる中、伊勢の町家を改装した店舗を核とした、BtoCブランディングの方策を検討。その際、次世代食品としてグローバル展開することも視野に、独自のブランドコンセプトを構築することを検討。
- 海外展開時に特有の知財法務や、商標や技術ノウハウに着目したパートナーシップの戦略について助言。



## 企業の声

● BtoC事業をどのように展開したらよいのか迷っていた中、専門家とのディスカッションを通じて、自社の状況を整理することができた。その結果、どのように取組を進めて行くのか、社内でさらにディスカッションするための方向性を見出すことができ、新事業の本格稼働に向けて準備を進めることが可能に。また、海外展開や新たな技術開発に関する知財法務の助言も有益だった。

## 企業概要

業種	製造業（大豆・豆乳等の加工機械の製造・販売、大豆加工食品の製造・販売）				
住所	三重県四日市市	URL	<a href="https://www.minamisangyo.com/">https://www.minamisangyo.com/</a>		
創業	1951年	従業員数	20人	資本金	1,000万円

## 支援専門家（回数）

支援コーディネータ（3）  
ブランド専門家  
同行専門家（2）  
弁護士・弁理士