令和元年度　知的財産経営ハンズオン支援調査事業

～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 2019

令和２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）

目次

事例１：ライフケア技研株式会社（富山県富山市）
（大企業との共働によるビジネス機会の獲得と必要な法務体制の構築） 2

事例２：株式会社ユニバーサル物産　（愛知県春日井市）
（開発済みの新商品に関するブランディング） 3

事例３：本多タオル株式会社　（愛知県名古屋市）
（卸売事業者による商品ブランディングの取り組み） 4

事例４：野原工業株式会社　（富山県南砺市）
（特許工法を生かしたあらたなビジネスモデル構築） 5

事例５：株式会社iCorNet研究所　（愛知県名古屋市）
（心臓サポートネットの事業戦略と知財戦略の検討） 6

事例６：株式会社ペイントサービス　（愛知県江南市）
（抗菌塗装技術の防カビ事業展開の取り組み） 7

事例７：フルハシEPO株式会社　（愛知県名古屋市）
（技術開発の手法改善と新商品ブランディング） 8

事例８：奥田屋　（富山県富山市）
（奥田屋の知恵・価値を現す新ブランドの創出・ビジネスモデルの検討） 9

事例９：株式会社塗装館エス・エス　（石川県金沢市）
（修復ビジネスのリブランディング活動を推進） 10

事例10：株式会社五合　（愛知県春日井市）
（特許権を組み合わせた新事業検討） 11

事例１：ライフケア技研株式会社（大企業との共働によるビジネス機会の獲得と必要な法務体制構築に着手）

知財権活用　法務体制強化　ブランディング強化

■ 知的財産経営実践の概要

解決したい課題

特許技術の多分野展開に向けた大企業とのアライアンス確立

- 特許技術である発汗量計測パッチの用途開発について、大企業との連携を調整中。なお同技術は他者と共同出願特許。
- 自社での実施を想定した社内基盤（法務面）の準備を着実に実施し、BtoCビジネスへの展開を目指したい。

ハンズオン支援

連携先企業との契約面での役割等の明確化、自社事業としてのプロモーション戦略について助言等を実施

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 現状確認・課題抽出（1回目）
- 他者との契約内容の確認ならびに当社から主張するべき事項の確認。ブランディングの重要性を助言(2回目)
- 契約対応について内容を精査しつつ着実に進捗させることを説明し、禁忌事項を助言(3回目)

結果・成果

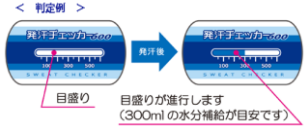
協業関係にあるA社との契約に先駆けて、共同権利者であるB社との連携方法について継続協議する方針

今後の取組課題

- ✓ A、B両者それぞれとの関係を再整理し、自社実施の可能性を確保しつつ契約対応を専門家助言のもと実施していく。
- ✓ 他企業より、新規の引き合いを得ており、同様に契約で役割を明確にすることを意識して対応。

■ 取組の詳細

- 協業関係にある大企業A社および特許共願先B社との間での契約関係について確認し、契約締結にあたり自社としての方針・戦略の重要性を助言。



- 締結済契約が今後のビジネスにどのように影響するのか、また、それを踏まえたビジネスモデル・事業性の検討が重要であることについて協議、当面必要となる対応事項について助言。特に、上市の時期が決定事項となっており、必要な措置を早急に対応することが必要であることを説明。
- BtoBとBtoCとのビジネスモデル上の差異を説明し、関係２社との関係構築の重要性を再確認。関係各社との商流に応じた契約関係を再整理して臨むことが重要であると助言。また、BtoC商品の準備について、ネーミングやパッケージデザインについて検討する手間とコストを認識するよう助言。

■ 企業の声

契約内容が未確定の段階でのビジネス実施の危険性を認識し、必要な対応を専門家助言を得つつ進めることを理解することができた。引き続き、専門家の助言を参考に取り組みたい。
BtoC販売に向けたブランディングを並行して準備させ、パッケージの工夫やチラシの作成方法といった魅せる化、商標出願による守りの強化に取り組みたい。

■ 企業概要

業種	製造業（機能性パッチ、健康関連製品の製造・販売）				
住所	富山県富山市		URL	http://lifecare-giken.co.jp/	
創業	1996年	従業員数	8人	資本金	4,500万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　弁理士（3）
同行専門家
　弁護士（2）

事例２：株式会社ユニバーサル物産（開発済みの新商品に関するブランディング）

ブランディング強化　新事業創出　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

開発済みの新商品に関するブランディング

- 出汁パックについて、商標出願済みのネーミング活用を念頭に、消費者コミュニケーションの方策検討が課題。
- 出汁の取り扱いを契機に、商品ラインナップの拡充や、ネット販売に限らない業態への展開も考慮が必要。

ハンズオン支援

商品ブランディングの具体手法説明と、販売計画・事業計画の方針検討

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- 開発済み商品の立ち位置・魅力等を再分析。ブランディングの概要を説明(2回目)
- 具体手法の例示によって、社内で議論やデザイン作業を行うための手法や論点を提示(3回目)

結果・成果

ブランド樹立に向けたノウハウ蓄積と、出願商標にとらわれないブランド戦略の再考

今後の取組課題

- ✓ ブランドアイデンティティを練り、①ブランドを体現するロゴ・イメージ等を製作と、②消費者とのコミュニケーション施策の検討が課題。
- ✓ ブランド構築手法を後続する製品群に適用することも課題。

■ 取組の詳細

株式会社ユニバーサル物産 Universaltrading,Inc.

- ネット市場で生活雑貨を販売してきている中、新商品として、出汁（だしパック）の企画開発を実施。生産に向けて準備も整いつつある状況だった。
- 出願済みの商標を用いたブランド構築を検討するにあたり、改めて、開発済み商品の特徴を再分析。競合品との違いや、顧客ターゲットについて理解を深め、ブランド構築のポイント・方向性や、販促手法について議論。
- ブランディングのためにすべき具体的な行動イメージを醸成するために、演出（購入者視点）、戦略（提供者視点）、リスクといった切り口で、ブランド形成のためのアクション例を紹介。
- 単一商品のブランド構築だけでなく、商品ラインナップの拡充で商品群のブランドとなる可能性や、地域素材に焦点を当てた場合に地域ブランドの性格を帯びる可能性もあるなど、中長期的な視点も持ち検討を実施。

■ 企業の声

ブランディングのいろはや、販売計画の立て方などを知ることができた。
並行して実施している他の商品企画において、支援でレクチャーいただいたマーケティング手法・ブランディング手法が早速役立っている。

■ 企業概要

業種	製造小売業（生活雑貨の企画・ネット販売）				
住所	愛知県春日井市		URL	https://universaltrading.jp/	
創業	2014年7月	従業員数	９人	資本金	1,000万円

■ 支援専門家（回数）

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

事例３：本多タオル株式会社（卸売事業者による商品ブランディングの取り組み）

ブランディング強化　知財権活用　新事業創出

■ 知的財産経営実践の概要

解決したい課題

自社ブランドの構築

- タオルの一次卸としてタオルの生産者や流通業者とサプライチェーンを形成しているが、卸売事業者のため自社商品に社名を表示できず、ブランド化が図れていない。
- ブランディングにより付加価値を高めて売上を増加させたい。

ハンズオン支援

ブランディングの進め方の説明と方策検討、展示会出展企画の検討

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- 顧客ターゲットのセグメントごとのブランド構築、ブランドサイトについて助言、議論(2回目)
- 自社ブランドPRのための展示会出展企画について助言(3回目)

結果・成果

ブランディングについての理解を深め今後の取り組みの方向性を見出した

今後の取組課題

- ✓ 顧客ターゲットを明確にしたブランドサイトを構築して、商品ブランドを確立する。
- ✓ 商標について、幅広く応用可能な商標を検討、出願する。

■ 取組の詳細

- 国内タオル市場が縮小傾向にあり、一次卸売ビジネスが厳しい状況におかれている中で、新しいヒット商品を企画、創出に成功しているものの、ブランディングの取り組みが不十分であり、高付加価値化ができていない。
- 開発している機能性タオルを中心として、ターゲットごとに商品ブランドをつくり、新たなブランドサイトを立ち上げて、顧客層にとっての価値をPRすることを助言した。
- ブランドを保護するための商標出願の技法についてアドバイスした。
- ドラッグストアを対象とした展示会の出展企画について、ストーリーの提示、企業姿勢のPRによる差異化、顧客フォロー等について助言した。
- ブランディングの取り組みの参考として模倣品対策、粗悪品対策、商標侵害、ロゴマーク表示等の事例を紹介した。

■ 企業の声

一番為になったのは会社として意識改革の取っかかりがつかめたこと。ホームページをリニューアルして、会社の新しいロゴマークの作成から始まり、ホームページの写真や動画を撮影などを通じて何か新しいことをやるんだという雰囲気が生まれた。まず社員の意識から、そして広く社会に貢献できる本多タオルブランドを展開していく。

■ 企業概要

業種	卸売業（タオルおよびタオル製品、ギフト用タオル、販促用タオル、名入れタオル、オリジナルタオル、別注タオルの販売）				
住所	愛知県名古屋市		URL	http://www.honda-towel.com/	
創業	1932年3月	従業員数	40人	資本金	3000万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　弁護士・弁理士（3）
同行専門家
　中小企業診断士（2）

事例４：野原工業株式会社（特許工法を生かしたあらたなビジネスモデル構築）

知財権活用　ライセンス　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

独自施工技術の市場拡大を狙ったライセンス事業への展開準備

- 特許取得「モラン工法」のビジネスモデル検討を通じた新たな収益事業の展開につなげたい。
- 法務面の準備を着実に実施し、より多くの地域への展開を目指したい。

ハンズオン支援

ビジネスモデル構築とプロモーション戦略について助言等を実施

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- プロモーション戦略を固めるための情報整理、工法の特長整理について議論、契約面の対応事項について助言(2回目)
- プロモーションに用いるコアバリューの見える化・定義(3回目)

結果・成果

モラン工法に関する商標追加出願プロモーション時に強調する価値の整理

今後の取組課題

モラン工法の普及促進策の加速化
- ✓ NETIS登録
- ✓ 展示会出展準備
- ✓ 工業会創設準備
- ✓ 契約面の着実な準備

■ 取組の詳細

- 申請内容の確認および、対象事業の現状把握および解決させたい課題について聞き取り。現在強く要請されている東北地域からの引き合いについて進捗を確認し、今後のスケジュール確認。
- 工法のプロモーションについて、利点や他社比較を強調した表現が必要であり、その部分の絞り込みの必要性を助言。展示会出展を決定しており、来場者を想定した準備の重要性を助言。
- 使用する材料（ベントナイト）を特定する表示の実施を助言。
- 下請先との契約準備の重要性を指摘し、具体的な契約書面の準備について助言。
- 施工体制強化として、協会・工業会をつくってネットワーク化することを議論。採算性を確保できるようにして参加を募ることの重要性を助言を助言。

■ 企業の声

宮城県でのほ場整備事業を検証の場ととらえ工法の市場性の確認ができ、技術面の課題についても相談ができた。今後の展開に向け、資材の差別化のために商標登録や、契約書を見直しなどアドバイスを実行へ移すことができ、知的財産の効果を事業に生かす方法に対する理解・認識が高まり、今後の行動が明確となった。今後も支援機関や専門家に相談して前進させたい。

■ 企業概要

業種	建設業				
住所	富山県南砺市		URL	http://nohara-kougyo.com/	
創業	1946年	従業員数	13人	資本金	2,100万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　弁理士（3）
同行専門家
　弁護士（2）

事例５：株式会社iCorNet研究所（心臓サポートネットの事業戦略と知財戦略の検討）

ブランディング強化　法務体制強化　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

無痛性除細動を実現する心臓サポートネットを事業化する

- 開発中の心臓サポートネットの事業化を目指して、植え込み型除細動装置（ICD）メーカーへの販売戦略と知財戦略を検討したい。
- 自社独自のサポートネット技術を高付加価値化したい。

ハンズオン支援

ICDメーカーへの販売に向けた事業戦略とそれを支える知財戦略を検討する

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- インテルのプラットフォームビジネスのようなオープン＆クローズ戦略の採用を提案(2回目)
- ロイヤリティ及びテクノロジーブランディングの基本的な考えについて説明、提案(3回目)

結果・成果

リード線と電極を標準部品として主要ICDメーカーに心臓サポートネットを供給する事業戦略を明確化した

今後の取組課題

- ✓ リード線と電極の標準化に向けた他社との共同開発の検討
- ✓ ICDメーカーとの販売交渉に向けた海外特許出願
- ✓ 共同開発企業とのロイヤリティに関する交渉、契約締結

■ 取組の詳細

- 心臓突然死の救命に利用される植え込み型除細動装置の閾値を無痛性レベルまで下げる心臓サポートネットを開発し、動物実験での検証を行った。
- 心臓サポートネットの自社技術をクローズにして、ネットとICD装置をつなぐリード線と電極の技術を標準化して、主要ICDメーカー全社に心臓サポートネットを部品として供給するビジネスモデルを提案した。
- 共同開発企業との契約書及びネットに関する自社の特許とノウハウを確認して、製品販売時の許可の必要性や技術流出対策の取り組み等について助言した。
- 共同開発メーカーとのロイヤリティ交渉にあたっての基本的な考え方、ICDメーカーへの販売交渉に向けた海外特許出願の対応、患者をターゲットとしたブランディングなどについて助言した。

■ 企業の声

事業化に向けて海外の主要除細動装置（ICD）メーカーとの交渉を行うにあたって事業戦略を検討していたが、自社の技術を踏まえてオープン＆クローズ戦略に基づく自社のビジネスモデルを提案いただき、方向性を明確化できた。提案いただいた海外特許出願とテクノロジー・ブランディングについても取り組みを進めていきたい。

■ 企業概要

業種	医療用機械器具製造業（重症心不全患者に対するテイラーメイド方式の心臓サポートネットの開発）				
住所	愛知県名古屋市		URL	http://icornet.jp/	
創業	2016年12月	従業員数	9人	資本金	9500万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　産学連携コーディネーター（3）
同行専門家
　弁理士・弁護士（2）

事例６：株式会社ペイントサービス（抗菌塗装技術の防カビ事業展開の取り組み）

ブランディング強化　知財権活用　新事業創出

■ 知的財産経営実践の概要

解決したい課題

抗菌塗装事業の高付加価値化

- 独自開発した抗菌塗装技術を防カビ用途の事業に展開するにあたり、高付加価値な事業として展開したい。
- ブランド化に向けた製品のネーミングを検討する。

ハンズオン支援

自社技術の優位性のPR方法、ビジネス展開、ブランディングの検討

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- 防カビボードの高付加価値なビジネス展開と防カビ技術の事業化について議論、助言(2回目)
- 製品、技術のネーミングについて議論、助言(3回目)

結果・成果

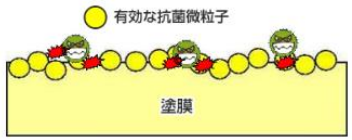
顧客へのPR方法、ボードメーカーとの協業、技術のネーミングの方向性が明確化できた

今後の取組課題

- ✓ 効果を定量的に検証するためのユーザーとの実証、データ取得。
- ✓ ボードメーカーとの高付加価値商品の開発。
- ✓ 商標の取得

■ 取組の詳細

- 独自開発した抗菌塗装技術を店舗の天井の防カビ用途に事業展開するにあたり、ビジネスモデル、PR、ブランディングの方向性を検討したい。



- 抗菌塗装の防カビ効果をエンドユーザーに対してPRする方法やユーザーからのプル戦略について議論、助言した。
- ボードメーカーと協働した高付加価値な防カビボード製品市場の開拓に向けた取り組みついて議論、助言した。
- 抗菌塗装技術のブランド化、商標、防カビボードのネーミングの考え方について助言した。
- 販売PRについて議論を行い、販売ターゲットに合わせて製品特性の訴求ポイントを変える必要があることを助言した。

■ 企業の声

この事業はこれまでひとつひとつ積み重ねてきたものを権利化して後継者に引き継ぐ良い機会になった。経営資源が乏しい中小企業にとって知財の権利化は極めて重要であり、知的財産権をもつことで大手と共同開発するなどビジネスチャンスが広がることに気づいた。ネーミングや販促資料の要点、提携先との交渉の注意点など、専門家の視点での貴重な助言も数多くいただいた。

■ 企業概要

業種	塗装工事業、とび・土木工事業、防水工事業				
住所	愛知県江南市		URL	http://www.paint-service.co.jp/index.html	
創業	1986年	従業員数	15人	資本金	3000万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　弁護士・弁理士（3）
同行専門家
　中小企業診断士（2）

事例７：フルハシEPO株式会社（技術開発の手法改善と新商品ブランディング）

知財権活用 | ブランディング強化 | 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

技術開発の手法改善と、新商品ブランディング

- 緑藻類の養殖技術開発と、農業系の技術開発が進み、両者が事業化ステージへと進もうとする中、強みとなる要素（付加価値要素、独自要素など）を把握・強化し、事業推進したい。

ハンズオン支援

知財情報を活用した技術開発と、新事業（食品事業）の販促に向けたブランディングの支援を実施

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- 知財情報を活用した技術開発手法の方策助言と、特許権補充の可能性検討(2回目)
- 販売促進に向けた、ブランディングの考え方や具体的な検討手法について助言(3回目)

結果・成果

先行技術調査のレベルアップ。BtoC事業のマーケティング感覚やブランディング手法の実施準備が前進。

今後の取組課題

- ✓ 研究開発をさらに進める中で、必要に応じて特許権の取得を模索する。
- ✓ 緑藻類の養殖事業におけるブランディングと、その他BtoC事業へのブランディング手法の展開。

■ 取組の詳細

- 海洋バイオマス事業に着手し、緑藻類の多用途活用を目標に養殖技術の研究開発を実施。初期は食品としての市場流通を検討。並行実施される農業事業と併せ、食品事業が立ち上がろうとしている状況。
- 緑藻類養殖と有機水耕栽培について、技術開発にパテントマップ等の先行技術情報を取り入れることの助言と、具体的な文献を提示。また、研究内容を鑑み、追加取得すべき知財権について議論を実施。
- 緑藻類の養殖事業を対象に、ブランド構築の考え方や、ブランディングの取組み方策を紹介。従来の木質バイオマス事業（BtoB）とは異なる、食品事業（BtoC）の販路開拓や販売促進のポイントを意識して支援を実施。

■ 企業の声

技術開発における知財情報の活用方策について、従来は類似技術の検索等にとどまっていたが、高度な分析手法の存在を知り、視野が広がった。
ブランディングについては、技術開発に注力する中では培われにくい、消費者の立場に立った感覚や思考が求められると気付いた。

■ 企業概要

業種	製造業（木質バイオマス・プラスチックリサイクル、建築系副産物リサイクル、各種物流機器の製造販売、等）				
住所	愛知県名古屋市中区		URL	http://www.fuluhashi.co.jp/index.html	
創業	1947年12月	従業員数	260人	資本金	3億1,000万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　中小企業診断士（3）
同行専門家
　ブランド専門家（1）

事例８：奥田屋（奥田屋の知恵・価値を現す新ブランドの創出・ビジネスモデルの検討）

新事業創出　ブランディング強化　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

蓄積してきた「知恵」を生かした新ビジネスへの転換

- 従前の商品づくりのノウハウ・技能を明確にし、新たな市場を獲得するための発進力強化につなげたい。
- 保護・活用するべき知的財産を特定し、それらを生かした訴求力向上を図りたい。

ハンズオン支援

ブランディング戦略とビジネス戦略の連動性について助言等を実施

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- ターゲット設定、ブランドコンセプト検討を弁理士・ブランド専門家を交えて協議(2回目)
- ブランディングに資するビジネスモデルの方向性検討(3回目)

結果・成果

ターゲットを絞り込んだ事業戦略のブラッシュアップにつながり、行動計画の再検討に反映

今後の取組課題

- ✓ 顧客を精査した商品開発・販売戦略を展開していく（希少性、限定性を強調）。
- ✓ 行動計画を策定し、スケジュールを意識した行動を実践。商品化のプロセスに商標登録を加え、出願対応を着実に実行していく。

■ 取組の詳細

- 商品の魅力をより高める利用者側での用途提案（レシピや利用例）の有用性を助言。メディア活用について、伝統製法に対する顧客評価を把握しつつ、顧客情報を有効活用した独自プロモーションの重要性を助言。
- 奥田屋の強みを抽出する作業、それをより強化するための考え方、ノウハウや情報整理の方法、知財対応の必要性について意見交換（ブレスト）を行い、ターゲットを明確にすることの必要性に触れ、検討対象とする商品「ホタルイカキムチ」「白えびバター」に関するストーリー検討について深掘りの議論を実施。
- 奥田屋ブランドとして、ターゲット顧客に明確に発信させていくこと、希釈させないことを明確にしていく考え方を討議。まだまとめきれていないと捉えられ、一層の絞り込みが重要であり、今後の継続を助言。商標出願、商品ラベルデザイン等）の重要性を指摘し、継続検討することも助言。

■ 企業の声

行動計画を立て計画的に取り組んでいくことは意識していたが、外部の視点を取り込んだ取組・検討の重要性についてあらためて理解が深まった。
「奥田屋」というシンボルにどのような価値を持たせるのか、身近な一文で表現させていく意義を強く意識することができた。商品開発時に意識すべき知財要素を指摘してもらっており、今後の準備に組み込んでいきたいと考える。

■ 企業概要

業種	水産加工食品製造販売（富山湾産の“富山のさかな”の生鮮）				
住所	富山県富山市		URL	http://www.kobujime.jp/	
創業	文久元年（1861年）	従業員数	3人	資本金	－

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　弁理士（3）
同行専門家
　ブランド専門家（2）

事例９：株式会社塗装館エス・エス（修復ビジネスのリブランディング活動を推進）

ブランディング強化　人材育成　技術継承

■ 知的財産経営実践の概要

解決したい課題

修復ビジネスのビジネスモデル早期構築
塗装館エス・エスブランドの維持・拡大に資する人材育成の仕組みと収益性拡大に向けたプロモーションの方針・戦略を検討したい。

- 修復ビジネスのビジネスモデルを早期に離陸させる。

ハンズオン支援

展示会出展をトリガーとする準備事項を協議

訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 進捗確認、論点整理、人材育成プランの検討（1回目）
- ターゲットの明確化と、訴求効果を把握するための展示会出展の方法等を協議(2回目)
- 人材育成に係る方向性の検討(3回目)

結果・成果

人材育成を経営課題として捉え、ターゲットを明確にした手法・方策を深掘り

今後の取組課題

- ✓ 人材育成方針・仕組みの創設。
- ✓ 社内理解を高めつつ、情報発信させ、フィードバックを得つつ、最適化を図る。
- ✓ ブランディングについて一層の深化が不可欠であり、検討を継続させ、具体的な活動を展開。

■ 取組の詳細

- 修復ビジネスの強み・強調すべき点の抽出について協議。施設や空間の価値をつくりなおすことをメインコンセプトに据えそのための準備内容を整理。
- 当面の課題として、人材確保のための仕組み確保を最上位と捉え、人材育成プランの検討に着手。育成する人材像やカリキュラム案について早期に案を検討することを助言
- 人材育成事業の着手に向けた準備状況について助言等を実施。対象人材を同業者のみならず施設の営繕部門を対象とすることの可能性について協議。
- 営繕担当向けの人材育成プログラムの検討について想定される展開シナリオを検討。
- 人材育成プランの検討にあたり、検討するべき構成要素を整理、現状とのギャップを認識した行動の重要性を助言。ブランディングの重要性とそのための手法・手段について、展示会出展を想定したターゲットを明確にした準備内容について協議・助言を実施。

■ 企業の声

塗装館エス・エスの価値を体現できる人材の育成プランについて構成要素を整理でき、今後の取組の方向性が明確になった。
カリキュラム検討を先行させつつ、情報管理のあり方や必要な知財、法務での準備についても理解が深まり、速やかに行動することの重要性を認識することができた。

■ 企業概要

業種	建設サービス業（建築塗装・設備塗装・修復復元塗装等）				
住所	石川県金沢市		URL	http://www.tosokan.jp/	
創業	1975年11月	従業員数	12人	資本金	2,000万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　経営コンサルタント（3）
同行専門家
　なし

事例１０：株式会社五合（特許権を組み合わせた新事業検討）

知財権活用　新事業創出　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

特許権を組み合わせた新事業検討

- 工場等における天井クレーンを安全に運用するための製品・システムを開発し、特許権や商標権を取得。
- 製品やサービスの展開にあたり、複数の特許権等に守られる事業構造の検討や、他社連携の体制検討が課題。

ハンズオン支援

現有特許の組み合わせだけで新事業の競争力を維持できるか確認。新事業立ち上げに必要な知財対応事項を洗い出し。
訪問支援：３回

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- 製品やサービス案の内容と、取得特許の詳細を確認。(2回目)
- 新しいサービス事業の継続的な実施に向けて、保護すべき知財（競争力の源泉）を特定し、追加対応の必要性を検討。(3回目)

結果・成果

新事業における価値提供の源泉を特定。事業構造に応じた知財権の補充余地を確認。

今後の取組課題

- ✓ 事業構造に応じて知財権の補充が望ましい可能性が存在。
- ✓ 製品やサービスの導入効果を証明するデータ蓄積が求められる。
- ✓ 事業構造に応じて、特許ライセンスや販売代理の契約が必要。

■ 取組の詳細

- 全国の工場で、天井クレーンの事故防止に向けた取り組みが潜在的な課題として存在。そこで、工場等の天井クレーンを安全に運用する製品・システムを開発した。
- 提供するサービス領域が１つではなく複数考えられるなか、現有の知財権で独自の競争力を維持できるか、知財ビジネス評価書（知財金融促進事業）を活用しつつ、権利の詳細内容について確認を行った。

- 複数の物品（コントローラー、指示器）やシステムが競争力の源泉となりうることが予想される中、ハード・ソフト、公知・非公知の知財を組み合わせ、物品販売だけでなく、サービス提供までを視野に入れた事業の内容・構造を検討。モノの製造・販売に加え、サービス事業も手掛けることを目指す。

■ 企業の声

開発や特許申請の段階から具体的なサービス像をイメージし、特許権以外の知財も組み合わせることで事業の競争力を高めていくことを細かく検討することができた。従来より高度な知財戦略を検討する体験を、チームとして経験することができたと振り返る。

■ 企業概要

業種	製造業（完全無機塗料「ゼロ・クリア」等の製造販売・加工、天井クレーンコントローラ安全システム「zen」の製造販売、等）				
住所	愛知県春日井市		URL	http://www.gogoh.jp/	
創業	2003年5月	従業員数	10人	資本金	2,500万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
　中小企業診断士（3）
同行専門家
　弁理士・弁護士（2）