

～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 2022

令和5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)

事例 1 : 有限会社東海樹脂加工
（「非接触」事業のブランディングによる高付加価値化）

2

事例 2 : 株式会社SY
（国産・地域連携をコンセプトとした新食材事業の創出）

3

事例 3 : 株式会社一旗
（デジタルコンテンツの利活用ノウハウ向上等による、事業の強靱化）

4

事例 4 : TSK株式会社
（新たなサービス・商品群の立ち上げに伴う、知財戦略構築）

5

事例 5 : 石川鑄造株式会社
（新たな事業展開に向けた、ブランドコンセプト再考と営業秘密管理の基盤整備）

6

事例1：有限会社東海樹脂加工（「非接触」事業のブランディングによる高付加価値化）

新事業創出

ブランディング強化

知的財産管理

■ 知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

製品メーカーとして「非接触」事業を新たな柱に成長させる

- 新規事業である非接触ペーパーホルダーなどの非接触事業をブランディングにより高付加価値化して、製品メーカーとして事業を展開する

専門家によるハンズオン支援

ハンズ
オン
支援

新規事業の事業コンセプトを明確にして、ブランディングを支援する

訪問支援：3回

- 商品ラインアップ全体からブランドコンセプトを議論
- 経営デザインシートのフレームワークを利用して、新規事業に移行するための戦略、提供価値、ビジネスモデルについて議論を行い、全体を俯瞰、整理

結果
・
成果

今後の事業展開を見据えた新規事業の提供価値を導出

今後の取組課題

- ✓ 製品メーカーとして必要な生産、流通、マーケティング等の様々な課題を解決しながら、実績を積み重ねてブランド化に取り組む

■ 取組の詳細

- 「非接触」事業のカタテコ、フミテコがユーザーに提供する価値、今後の商品展開、自社のコア技術等について議論を行い、新規事業のコンセプトを検討した。
- クラウドファンディングで高い評価を得たものの、生産面、販売等の課題を抱えており、その対策について議論した。
- 受託加工企業から製品メーカーへと移行するための戦略、新規事業のビジネスモデル、資源などについて経営者が考察し、専門家と議論を行いつつ、取り組みの方向性を検討した。
- コア技術の保護、ノウハウ管理、契約などを含む総合的な知財管理について専門家が助言した。



■ 企業の声

コロナウイルスの発生後、自社開発したトイレペーパーホルダーをきっかけに「非接触事業」をはじめた。行動制限を伴う時期で人と係わる事に苦労したこともあって、従来事業で培ったノウハウで完成させた。従来事業では経験したことのない知財戦略やマーケティング、ブランディングについて専門家の方からアドバイスをいただいた。広い視野で物事を捉えらるきっかけをいただいたので、アドバイスを元に飛躍できるように精進していきたい。

■ 企業概要

業種	製造業（樹脂事業、切削加工、断熱事業）				
住所	三重県松阪市		URL	https://toukai14.com	
創業	1990年	従業員数	4人	資本金	800万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
弁理士・弁護士（3）
同行専門家
中小企業診断士（2）

事例2：株式会社SY（国産・地域連携をコンセプトとした新食材事業の創出）

新事業創出

ブランディング強化

知的財産管理

■ 知的財産経営実践の概要

解決 したい 課題

スピリナ事業を早期に立ち上げ、収益の柱に成長させたい

- マーケティング、ブランディング、知的財産対応について戦略的な取組となっておらず、着実な事業化を進めるためにそれぞれの具体化を図ることが課題

専門家によるハンズオン支援

ハンズ オン 支援

新事業を円滑に進めるための諸活動を整理し、自社の強みを最大限活用した事業展開につなげる
訪問支援：3回

- スピリナ事業の確立に向けた市場戦略、ブランド戦略、知財対策の骨子検討
- ビジネスパートナーとの協働による収益性拡大方策検討（水槽事業含む）などに対する助言・議論

結果 ・ 成果

商品ブランドと企業ブランドを組み合わせたブランド戦略を検討。知財管理のしくみ導入

今後の取組課題

- ✓ スピリナ事業のブランドストーリーの確立とそれを表現するホームページの構築し周知強化
- ✓ 水槽事業を上位概念とする企業ブランディングおよび知的財産の保護・活用の実践・しくみ化

■ 取組の詳細

- ・ スピリナ事業の特長・強みを現す知的財産の確認と保護等の対応方法を助言した（営業秘密管理に関するしくみ運用着手）。
- ・ スピリナのマーケティングを通じ、商品としての訴求ポイントを確認。それをもとにPR内容を精査し、より刺さるターゲットへの提案の具体化について着手スピリナ事業のブランディング（その上位の企業ブランドを合わせたブランドストーリー）の方向性を明確にした。
- ・ 「水槽」技術が当社の鍵であることを説明。生産と設備設置の両方を対応できることが強みであり、その点を強調する（自慢する）ことがよりよいと助言。技術面の特長を整理して強みと位置づけ、必要な知財対応（権利化やノウハウ化）を検討することを助言した。



アスモちゃん

■ 企業の声

支援を通じ、事業の可能性を感じ向き合っていた専門家の皆様と有意義な討議ができ、たくさんの気づきを得ることができた。スピリナ事業をどのように具体化させていくべきか、また、どのように当社の強み（知的財産）を発信し理解いただくのかを整理する機会になった。これまで実施できていなかった事業に連動させた知財対応（権利化）やそれらの管理の重要性を理解することができた。今後はそれを着実に実践させていきたい。

■ 企業概要

業種	製造業（樹脂水槽設計・製造、自動車プラスチック部品設計・製造、スピリナ栽培・販売）				
住所	岐阜県羽島市		URL	https://3pouyosi.jp/	
創業	2012年	従業員数	41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
弁理士（2）

事例3：株式会社一旗（デジタルコンテンツの利活用ノウハウ向上等による、事業の強靱化）

知的財産戦略

契約

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

デジタルコンテンツの知財面での利活用ノウハウを一層高めたい

- AI・データ活用の観点で、法的判断が白黒ついていない問題にも一部直面しつつある。また、他社との差異化を図る戦略の磨き上げに課題意識。成長フェーズの中、国内外への展開に向けて効果的な知財戦略を構築する余地があるのか知りたい

専門家によるハンズオン支援

ハンズ
オン
支援

デジタルコンテンツの制作・利活用に関する知財ノウハウを一層高め、知財戦略の裏付けを伴う形で、事業構造の改良を図る
訪問支援：3回

- コンテンツの保護・活用に関して、著作権だけでなく、複数の法域（データ・利用規約・特許・商標・営業秘密等）から方策を考案することを助言
- 体制強化に資するブランディングを講じる余地があることを助言

結果
・
成果

著作権の最新動向を把握しつつ、知財ミックスのイメージを理解。経営課題にブランディングがどうかイメージを醸成。

今後の取組課題

- ✓ 生成コンテンツの一次・二次利用を促進・保護する各種の知財活用策を講じる
- ✓ 短中期の経営課題を意識したブランディングの活動に取り組む

■ 取組の詳細

- ・ プロジェクションマッピングに関する事業構造や業界概要を把握。直近に対応が必要な事項を把握。
- ・ プロジェクションマッピングに関する知財権の利用可能性と、AI著作物に関する昨今の動向を議論。
- ・ 新たな制作方法（AI活用）や上映技法について、多角的に知財保護の可能性を議論するとともに、潜在的なリスクの洗い出しを実施した。
- ・ 海外展開に特有の知財保護の論点について、頭出し的に議論を実施した。
- ・ 外部連携先との契約におけるポイントや注意事項を議論した。
- ・ 「技術」や「組織づくり」など多角的にブランディングを捉え、今後の事業フェーズで求められる取り組みを議論した。
- ・ 制作コンテンツの副次利用に関するアイデア出しと、利用に伴う注意事項を議論した。



■ 企業の声

急激な事業拡大に体制が追いつかない中で、攻めと守りの両面から斬新なアプローチも含め的確なアドバイスやアイデアを得ることができ、知見を深めることができた。テクノロジーブランディングという視点は画期的で、デザインマネジメントという考え方も今後の成長戦略に取り込んでいきたい。知財保護やリスクの認識もアップデートされた。得られた成果をもとに体制を構築し、日本が世界に誇る知財や技術の価値を最大化できる事業運営を目指していく。

■ 企業概要

業種	情報通信業（プロジェクションマッピング・インスタレーションの企画制作・設計施工・実施運営）				
住所	愛知県名古屋市	URL	https://www.hitohata.jp/		
創業	2019年7月	従業員数	4人	資本金	3,000万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
弁理士・弁護士（3）
同行専門家
デザインプロデューサー
（2）

事例 4 : TSK株式会社 (新たなサービス・商品群の立ち上げに伴う、知財戦略構築)

ブランディング強化

知的財産情報活用

契約

知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

各種サービス・製品のブランディング方策等を整理したい

- 包装設計の業務を拡大する中で、様々な製品が開発され、物流改善提案（KAIZEN）のメニューが充実してきた
- 各種サービス・商品のネーミング・ロゴが増えてきたので、ブランドを整理したい。今後も継続的に製品開発を成功させていきたい

ハンズ
オン
支援

「KAIZEN」に関するブランディングの活動企画と、ブランドの保護・基盤形成に繋がる知財活動を検討する
訪問支援：3回

専門家によるハンズオン支援

- ブランディングを体系的に把握し、取り組み余地のある事項を議論。
- 今後の新製品開発に向けた、特許調査の方法を助言
- 秘密保持・共同開発等の契約におけるポイントを助言

結果
・
成果

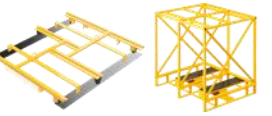
ブランド階層の議論が前進しインナーの取り組みに、も着手。開発の本格実施に備えた注意事項を把握

今後の取組課題

- ✓ 事業内容の広がりや新製品リリースに伴い、追加で求められるブランディングに対応する
- ✓ 開発が本格的に始動する際には、先行技術調査や、ポイントを押さえた契約を心がける

取組の詳細

- ・ 組織体制や、事業戦略・製品戦略・ブランディング活動の「現状」や「方針」を把握した。
- ・ 様々なブランディングの取り組みを既に実施している中、ブランド階層や、ブランド構築ステップに関する理論的な整理も参照することで、既存の取り組みの位置づけを確認しつつ、取り組み余地がある事項の抽出や、将来的に求められそうなブランド施策の議論を実施した。
- ・ 顧客向けのブランディングだけでなく、社員・採用・地域といった仲間に対するブランディングも議論した。
- ・ 新製品の開発を効率的に進めつつ開発確度も高めるために、データベースを用いた先行技術調査の方法の概要について理解を得た。
- ・ 今後、外部連携を伴う開発が生じる可能性に備え、内部体制面・契約面（NDA・共同開発契約）で注意すべきポイントについて理解を得た。



企業の声

今回ご支援いただくことで、ブランディングの取り組みを体系的にまとめなおすことができ、取り組みを整理することができた。その中で、顧客とのタッチポイントと社内のインナーブランディングの観点で足りない部分も把握することができ、今後の取り組み課題も明確化することができた。加えて、知財まわりの技術調査や共同開発契約の注意点を先行して把握することができた。

企業概要

業種	製造業（物流包装サービス）				
住所	富山県富山市		URL	https://tsk-corp.jp/	
創業	1974年7月	従業員数	118人	資本金	5,000万円

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
デザインプロデューサー
（2）

事例5：石川鑄造株式会社（新たな事業展開に向けた、ブランドコンセプト再考と営業秘密管理の基盤整備）

ブランディング強化

営業秘密管理

■ 知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

各種基盤整備を進め、円滑に今後の新たな事業展開を図る

- 多角的な事業展開が想定される中、既存商品・サービスと新商品・サービスのブランドの位置づけが明確化されていない
- 営業秘密管理の基盤整備ができていない

専門家によるハンズオン支援

ハンズ
オン
支援

今後の事業展開を円滑に進めるために必要なタスクを、各分野の専門家の助言から整理し、以降の具体的な準備につなげる
訪問支援：3回

- 今後の事業展開を見据えた営業秘密管理の必要性を伝え、管理すべき情報を整理
- 既存商品・サービスのブランドを確立した上で、新商品・サービスのブランディング、企業のリブランディングを実施するための検討方向性を助言

結果
・
成果

営業秘密管理の基盤整備に向けたタスクを認識
商品ブランドと企業のリブランディングの方向性を検討

今後の取組課題

- ✓ 営業秘密管理の基盤整備に向け具体的なタスク（社内規定の作成等）を実行する
- ✓ 商品・サービスのブランディングに向け、引き続き社内での検討を進める

■ 取組の詳細

- ・ 今後の事業展開について言語化し、関係者間の認識の共有を図った。実現に向けた課題とタスクの整理を行った上で、支援の目的を関連分野の各専門家の助言により行動のヒントを得ることとした。
- ・ 営業秘密管理にかかる説明・現状把握を行い、営業秘密として管理すべき情報の整理を実施した。
- ・ 他者との契約に関して、契約書手交の必要性を念押しするとともに、戦略的な契約の可能性について助言した。
- ・ 同業他社等のブランドコンセプトの事例を紹介しつつ、ブランドコンセプトの検討方法について助言した。また、同社の想いを踏まえたブランドの考え方について議論し、新商品・サービスのブランディング、企業のリブランディングを実施するための検討方向性について助言した。



■ 企業の声

新たな事業展開を進めるにあたり既存商品や企業のブランドコンセプトを再考する必要性を感じた。企業や商品の顔となる、ゆるぎないブランドコンセプトを再構築し全社員に周知徹底した上で、新商品のブランディングを推進していこうと思う。
営業秘密管理は基盤整備がまだ不十分な為、改めて秘密情報の範囲・内容について社内の情報を整理し営業秘密を明確化させることが重要であることが分かった。今後は社内だけでなく社外での営業秘密保持にも注意した経営を行っていく。
会社の知財を守る為、引き続きご支援いただきさらに強化していきたい。

■ 企業概要

業種	製造業（鋳物）				
住所	愛知県碧南市		URL	http://ishikawa-chuzo.co.jp/	
創業	1938年6月	従業員数	30人	資本金	2,400万円

■ 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
弁護士（1）
ブランド専門家（1）