

## (1) プロローグ

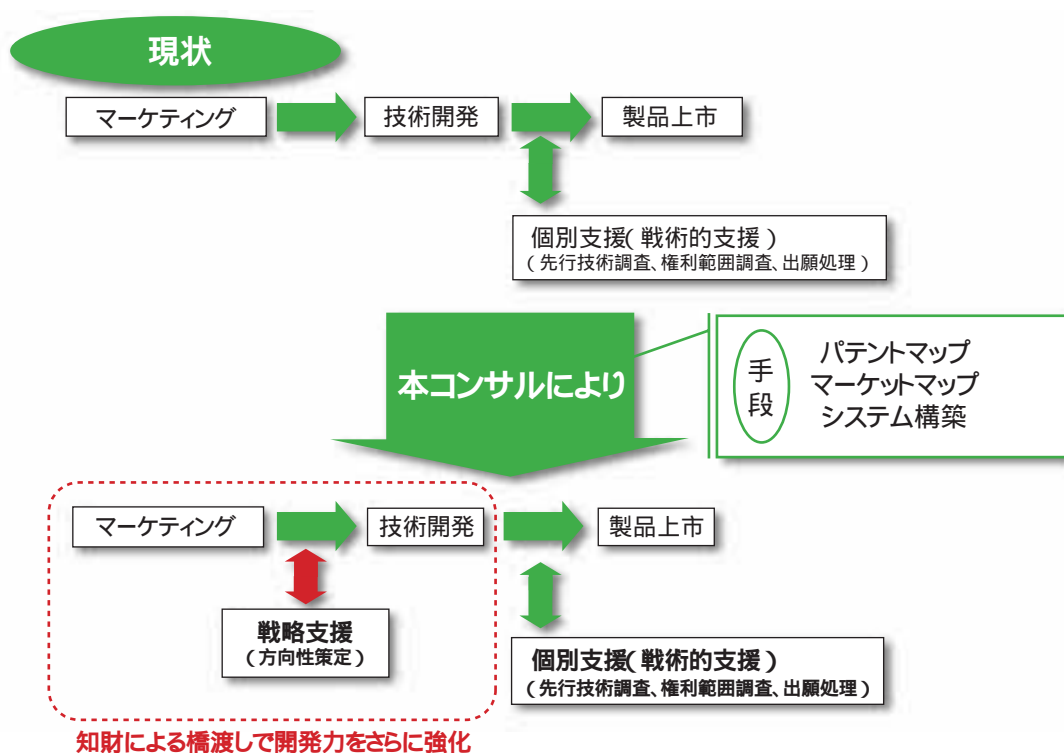
## 戦略的な知財管理体制構築に向けて

綜研化学株式会社(以下「同社」という)では近年、知財戦略室を設け、製品を上市するに際しての特許出願の必要性判断や、上市する製品の他社特許に対する抵触性判断を行っていました。しかし、主要な技術に関する特許出願において他社に後れを取り、製品の上市を見送るケースもありました。

このような事態の原因について同社において分析した結果は、「現状では製品ごとの個別の知財管理に留まっていることが要因である」というものでした。そこで、個別の知財管理から脱却するために特許マップの作成から自社の強み、弱みの分析を試みていましたが、明確な解が得られず、試行錯誤を繰り返していました。そのような状況下、今回の知財戦略支援事業を受けるに至りました。

このような要請を受けて今回のコンサルティングでは、現在の同社における最重要事業分野である粘着剤事業において、個別の知財管理ではなく「マーケティング(営業)～研究開発(商品開発)～知財」を有機的に結びつけた戦略的な知財管理を実現することで、すべての事業分野において個別の知財管理からの脱却を図ることができる体制の構築を目指すことといたしました。(図表2-3-1)。

図表2-3-1 支援内容概略



## (2) 企業の概要と特徴

### 独自のコア技術でアジアのブランドに

企業名	綜研化学(株)		
代表者名	代表取締役社長 大岡 實		
所在地	本社 :〒171-8531 東京都豊島区高田3-29-5 狭山事業所:〒350-1320 埼玉県狭山市広瀬東1-13-1		
URL	http://www.soken-ce.co.jp		
設立年	1948年		
従業者数(正社員)	200人	資本金	3,361,560千円
売上高	21,315,684千円(2007年度)	売上高研究開発比率	6.1%(2007年)
業種(標準産業分類)	製造業		
主要製品・事業内容	アクリル系粘着剤、アクリル系微粉体、アクリル系機能材、 加工製品の製造・販売		

同社は粘着剤「SKダイン」シリーズをはじめとして、優れた技術力で顧客のニーズに合わせ、用途に応じた汎用粘着剤の開発、販売を行っています。またコアとなる技術を応用して各種機能性化学材料、微粉体等の化学製品を提供しています。

また同社は以下の経営理念の下、以下の中期経営計画『SOKEN Up the Value Stage II』を掲げ、事業を展開しています。

### 経営理念

1. 私たちは常に誠実であるとともに、創造と工夫に情熱と責任を持って挑戦しつづけます。
2. 地球環境の保全を指向しつつ、社会に役立つ革新的製品を提供します。
3. お客様には心からの満足を、株主の方々には共感を、そして私たちは働く喜びを実現していくことに最善を尽くします。

### 『SOKEN Up the Value Stage II』7項目の重要方針

1. 目標の売上高経常利益率を維持し、事業の拡大を目指す
2. 電子・情報と、その関連分野に集中した事業展開を行う
3. 日本・アジアにおける「綜研ブランド」を高める
4. 新しい柱となる事業を育成する
5. 「研究開発力」と「生産技術力」で、国際競争に打ち勝つ
6. 地球温暖化防止と資源循環に積極的に取り組む
7. 「経営管理力」の強化を図り、グループ経営の質を高める

## (3) 知財戦略コンサルティングの全体像 最重要事業分野での体制確立を目指して

### コンサルティングのコンセプト

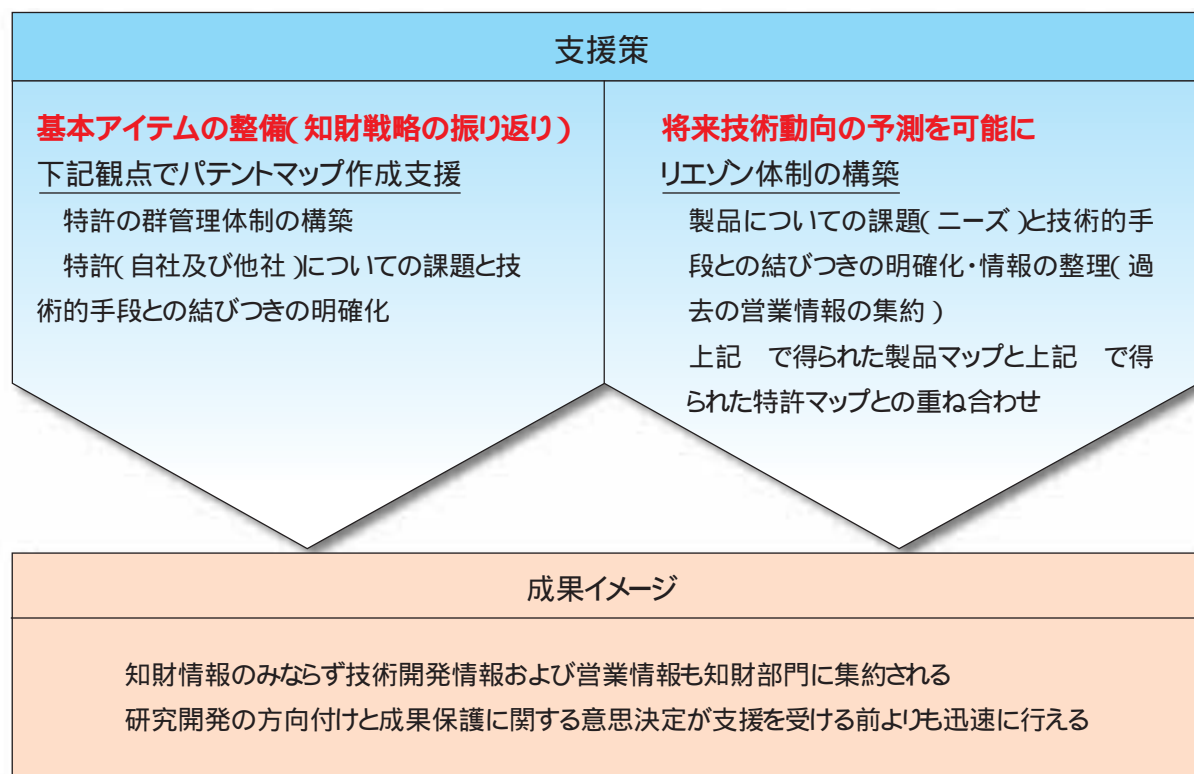
マーケティングから製品開発までの段階で知財情報を整理・活用するための指針を策定するとともに、得られた情報を効果的に事業展開に反映させるための知財経営業務システム(業務フロー)を提案します。

今回の支援ではテストケースとして特定事業部門に限定した支援を行うこととしました。支援終了後はその成果を他の事業分野でも展開が可能な体制の構築を目指します。

### コンサルティングの範囲

今回の支援ではコンサルティングを行う事業分野は、同社の最重要事業分野である粘着剤事業分野に限定しました。

上記方針に基づき、下記の具体的な支援策と成果イメージを策定しました。



## (4) コンサルティングチームによる課題分析 仮説立案と検証の繰り返しによる分析

### 同社における現状分析

製品を開発～上市する際に特許出願の必要性を判断するシステムは既に構築されており、個別の出願戦略に基づいて出願されています。今後は、製品群としてその出願がどのような位置づけにあるかを検討し、製品群もしくは事業別の出願戦略を確立する必要があります。

各出願は個別管理となっており、製品群としての位置づけを明確にする管理が求められます。個別の特許権と製品との簡易対照表はできているものの、特許権の詳細検討まで踏み込む必要があります。また、知財戦略室独自でパテントマップを作成した経験はありますが、研究者・開発者のニーズに即したものにしなくてはなりません。パテントマップを研究開発に有効なツールとして活用する必要があります。

一方、同社事業分野に関連する他社特許についてはSDIを活用して毎月チェックを行い、特に開発中の製品に関連する公開特許については他社権利への抵触性判断を行っています。今後は他社の特許出願動向について十分に分析していく必要があります。

### コンサルティングチームの分析

コンサルティングチームの分析結果は、仮説の構築及び検証を繰り返すことにより、コンサルティング開始時と複数回のヒアリング実施後とで異なるものでした。そこで、コンサルティング開始当初と終盤とに分けて述べます。

#### i) コンサルティング開始当初の分析結果

- ・ 同社で分析しているように個別の出願管理はできているように思われました。具体的には、上市予定の製品における他社特許抵触の有無、上市予定の製品において重要な案件と考えられるものについての特許出願検討(特許性判断を含む)などは行われています。
- ・ しかしながら、従前は個別の製品ごとの出願戦略の対応となっていました。このような事態は、マーケティング部門(営業部門)と製品開発部門とに知財戦略室が有機的に連携を取れていないことも一因と考えられます。

#### ii) 終盤における分析結果

- ・ マーケティング部門や製品開発部門との間の連携が取れていないわけではなく、他部門との会議は複数もたれていました。しかしこれらの会議において他部門に対して知財面からのサジェスションが十分には行われておらず、また有効な手法を有しているとはいえません。チームとしては、この点を改善することが最重要であるとの認識を持ちました。
- ・ また、新技術の開発において他社よりも遅れをとる場合があることも認識し、このような事態を生じさせないようにするために技術の先取りができるような知財情報・製品情報の整理・分析手法の確立も必要であるとの認識を持ちました。
- ・ さらに、現状では上場企業として株主などに自社の知財に対する取り組みを提示するには至っていません。これも他部門に対して積極的な情報提供をするに至っていない原因の一つではないかという認識を持ちました。

## (5) 知財戦略コンサルティングの支援内容と成果 ニーズ対応型からシーズ型への対応も可能な戦略的知財管理体制の構築

### 支援内容

#### 1) SWOT分析

粘着剤事業分野における強み・弱みなどを確認し、今後の事業戦略の見通しを立てて、当該事業戦略に応じた知財戦略を考案できるようにSWOT分析を行うこととしました。

#### 2) 特許マップ、製品マップの作成(アイテムの整備)

上述の分析結果に基づいて、マーケティング部門と製品開発部門との間で知財戦略室が積極的な情報の提供ができるようにアイテムを整備することにしました。具体的には、自社及び他社の特許を課題と手段との2次元で管理できる特許マップの製作と、同じ軸により製品をマッピングした製品マップとを作成することにしました。これらに対比することで情報を抽出できるようにすると共に、これらのマップをさらに展開させて、技術の先取りが可能なアイテムの作成を行うこととしました。

### ここがポイント ～特許マップ～

特許マップは、自社や他社の出願動向、自社の強み・弱みを分析するツールとして有効なツールです。しかし最初に利用目的(何を読み取りたいのか)を明確にしないと「労多くして功少なし」に陥ってしまいがちです。利用目的に応じて適切なマップ軸を選ぶことがポイントです。

内藤正規(弁理士)

#### 3) 知財経営業務フローの提案

知財戦略室が個別の知財管理から脱皮するための知財経営業務フローを作成し、事業分野全体にわたって事業戦略に基づいた知財戦略を実現するには現在の業務フローをどのように変更する必要があるのか具体的に提示することとしました。

#### 4) 知的財産報告書の作成

同社の知財への取り組みを対外的に開示できるよう知的財産報告書の雛形を作成し、提示することとしました。

### 支援成果

#### 1) SWOT分析

支援内容の策定にあたり、同社における課題抽出のため同社側で事業部門におけるSWOT分析ならびに知財戦略室におけるSWOT分析を行い、さらにこれら2つのSWOTについてさらに発展させた以下の図のようなマトリックスを描き(図表2-3-2、図表2-3-3)、自社の技術で取り込める事業機会、自社の強みで脅威の回避が可能か、自社の弱みで事業機会を取りこぼさないようにするには何が必要か、脅威と弱みが合わさって最悪の事態を招かないためには何が必要か、について分析を行いました。

図表2-3-2 粘着剤事業部門のSWOT分析

粘着剤事業SWOT分析			内部環境	
			強み	弱み
外部環境	機会	甲	A	a
		乙	B	b
	脅威	イ	対策	対策
		ロ	対策	対策

図表2-3-3 粘着剤事業部門における知財活動のSWOT分析

粘着剤事業における 知財SWOT分析			内部環境	
			強み	弱み
外部環境	機会	甲	A	a
		乙	B	b
	脅威	イ	対策	対策 群管理可能な特許 マップの作成
		ロ	対策 将来技術予測手法 の開発	対策

以上の結果から、同社は粘着剤開発において他社優位な技術力(強み)を有するものの、知財の群管理が十分ではないという弱みを認識しました。その対策として、群管理可能な特許マップの作成を行うべきであると考えました。

また同規模で比較すると知財リソースは充実(強み)しているものの、ユーザーからの性能要求ありきという「ニーズ追従型」の研究開発体制から末端市場動向が把握しづらく(脅威)、その対策として、将来技術予測手法の開発を行うべきであると考えました。

## 2) 粘着剤分野における同業他社の特許出願分析(群管理可能な特許マップ)

既存の群管理用特許マップとしては、競合他社との対比において同社特許の群管理を行う手法に基づくマップ(「戦略的な知財管理に向けて」、2007年4月、経済産業省、特許庁など：[http://www.jpo.go.jp/torikumi/hiroba/chiteki\\_keieiryoku.htm](http://www.jpo.go.jp/torikumi/hiroba/chiteki_keieiryoku.htm))が挙げられます。この群管理手法では、事業戦略に基づき、製品分野別に出願数をコントロールすることを推奨していますが、この一般的な特許マップが同社にそのまま適用可能かについては検証が必要と考えました。そこで粘着剤事業分野全体における同社の置かれている位置が確認できるように、競合他社及び同社の出願動向分析を試みました。特許電子図書館(IPDL)の公報テキスト検索ページより、公報全文に対し、粘着剤 and 出願人(競合他社) and 用途(例:保護用)の検索式で検索を行い、ヒット件数をカウントグラフ化したところ、粘着剤分野では競合会社の出願件数と同社の出願件数とに大きな差があり、単純に出願数を対比する前記のような一般的な特許マップを作成しても同社の粘着剤事業に関する特許の群管理に適切なマップにはならないと判断しました。そこで粘着剤に関して同社及び競合各社を総括し、いかなる技術課題を、いかなる技術手段を用いて解決しているか、が明確になる独自の特許マップを作成することで同社特許の群管理が可能になるのではないかと仮説を立て、以下の特許マップの作成を行いました。



### 3) 特許マップ作成

上記仮説を受け、粘着剤事業において同社が重要と判断した特許約100件(同社出願約40件を含む)を、課題(縦軸)と解決手段(横軸)とで分類したマップ(図表2-3-4、以下 P1マップと略す)を作成しました。課題や解決手段も単純にFタームの文言を用いるのではなく、同社及びコンサルチームで討論して決定しました。

図表2-3-4 特許マップ模式図

水色:特許の分布

赤色囲み:同社出願特許の集中したセル

	手段A	手段B	手段C	手段D	手段E	手段F	手段G	手段H	手段I	手段J
課題a										
課題b										
課題c										
課題d										
課題f										
課題g										
課題h										
課題i										
課題j										

この P1マップ作成により、以下の点が判明しました。

- (1) マップ作成上の問題点1：出願分布に偏りが見られる。場合によっては項目をより細分化する必要がある。
- (2) マップ作成上の問題点2：各項目軸には、出願(特許)の存在しない項目が含まれている。原因として、過去に重要であったが現在では陳腐化した技術項目が含まれている等が挙げられた。上記と併せ、軸項目を再検討する必要がある。
- (3) 知財戦略上の問題点：自社の権利範囲が及ばない「権利の穴」が把握できた。

このP1マップによって、同社のこれまでの出願・権利化現状及び他社との対比における強い技術分野・弱い技術分野等が把握できました。また特許同士の関係も P1 マップで把握できるようになったことから、P1マップが今後の同社の粘着剤分野における特許の群管理マップの基本形として最適であると考えました。

しかしながら、特許間の群管理だけではどの特許が市場において本当に強みを発揮しているのかが依然不明確であり、今後の知財戦略策定における課題を抽出するには十分とは言えません。そこで次に製品のマップを作成することにしました。

#### 4) 製品マップの作成

上記 P1 マップ作成で使用したのと同じ課題・解決手段を軸とし、自社製品を落とし込んだ製品マップ (図表2-3-5、以下M1マップと略す) を作成しました。

図表2-3-5 製品マップ模式図

ページ: 製品の分布      青色囲み: 特に製品が集中したセル

	手段A	手段B	手段C	手段D	手段E	手段F	手段G	手段H	手段I	手段J
課題a										
課題b										
課題c										
課題d										
課題f										
課題g										
課題h										
課題i										
課題j										

その結果、以下が判明しました。

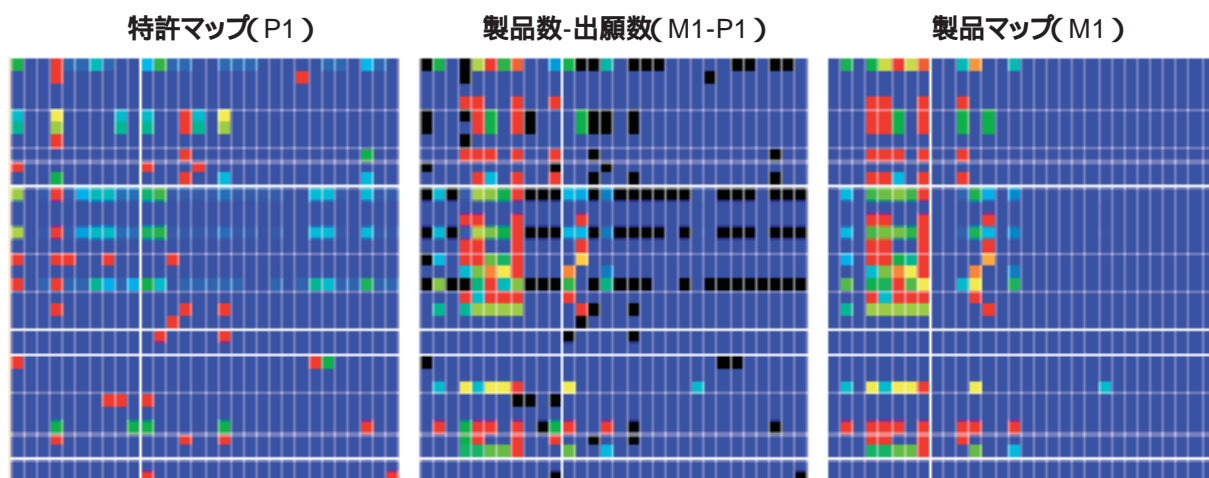
- マップ作成上の問題点: 分布が特許マップ(P1)よりもさらに偏っており、特定の交点に集中している。場合によってはP1マップと併せて軸の再検討が必要。
- 知財戦略上の問題点: 特許と製品とのカバー範囲が微妙に異なる。両者を重ね合わせた上でより詳細な検討が必要。

M1 マップを作成したことで、同社側は特許と製品との対応をマーケティング上の視点から効率よく定性的、網羅的に把握することができるようになりました。

#### 5) 特許マップと製品マップの重ね合わせ

上記考察を受け、特許マップと製品マップとの相関をより把握し易いようにヒートマップ化し、両マップの差分 (図表2-3-6) から同社におけるこれまでの知財戦略上の問題点の抽出を試みました。

図表2-3-6 特許マップと製品マップの差分分析結果



交点の色はそれぞれ出願数( P1 )、製品数( M1 )を表しており、黒<青<緑<黄<橙<赤の順で件数が多くなるよう表示してあります。

理想的には両者の分布具合がおおよそ一致し、件数の差分( M1-P1 )を取った際には黒( 出願しているが製品が無い場合を意味する )や極端な濃赤( 出願が極めて少ないか出願が無いにも関わらず製品が多い。十分な出願戦略が伴っていない場合は係争リスクの可能性大 )の交点が無いことが望ましいということになります。

しかしながら( M1-P1 )に示すように、特許分布と製品分布が重ならない交点が多いことがわかります。特に赤い交点では、特許で保護されていない可能性のある製品が存在している可能性があります。出願・権利化上のテクニックにより特許出願をしていないのであれば良いのですが、モレが出ているとしたら係争リスクが高いことになり、問題です。

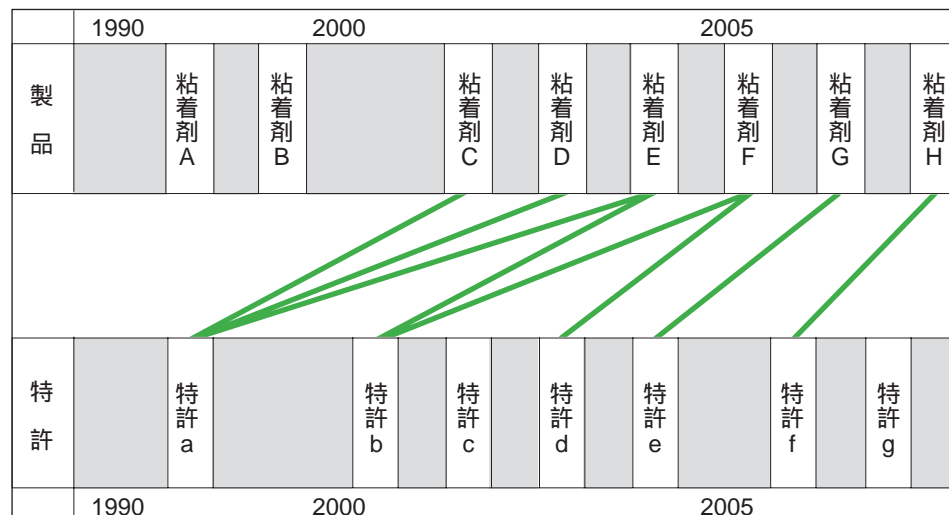
この点、同社では知財戦略室による権利範囲調査と GO/NO GO 判断とを製品上市プロセスに組み入れるという運用上の工夫で係争リスクを回避していますが、今後継続してマップを更新していくことで、モレをなくし、さらにリスクを低減させることができると考えています。

さらに、今後例えば売上高をマップに追加してのリスク評価、コスト管理といったポートフォリオの観点から解析を行うことで、さらに知財管理上の課題の抽出が可能となります。

## 6) 特許・製品紐付けマップ解析

以上の解析で特許と製品のおおまかな関係が把握でき、これまでの知財戦略上の課題をある程度は抽出することができました。そこで支援内容 となる「将来技術予測」のための基礎資料として技術的課題を「課題f」に限定した特許マップ( 以下、P2マップと略す )と製品マップ( 以下 M2マップと略す )を時系列に並べたものをコンサルティングチーム側で作成しました。しかしながら解析を行う過程で特許と製品との対応関係をより明確にする必要が生じたため、同社の全特許と製品との紐付け( 群管理データの作成 )を同社側で行い、時系列順に紐付け関係を表したマップ( 図表2-3-7 )を作成しました。

図表2-3-7 特許と製品の紐付け時系列マップ



図中、上段は製品、下段は特許がリストアップされており、時系列で両者の関係を線で結んであります。この解析によって、以下のことがわかりました。

- (1) 上市より出願の方が遅れる例は無かった
- (2) 複数の特許でカバーされている製品が明確に浮かび上がった
- (3) 逆に複数製品をカバーする特許(コア特許)が浮かび上がった
- (4) 2000年頃を境に出願～製品化までのタイムラグが一気に短縮している

解析結果中、(2)については今回のマップ作成によって初めて同社が把握できた事実でした。また(4)に関しては、1990年代後半から知財戦略室の調査業務強化や知財に対する全社的な啓蒙活動の結果が反映されたものと考えられます。

また(2)(3)に関しては今後知財戦略に基づく事業展開を行う上で極めて重要なポイントとなりますので、この特許と製品との対応関係を今後継続的に管理していく必要があります。

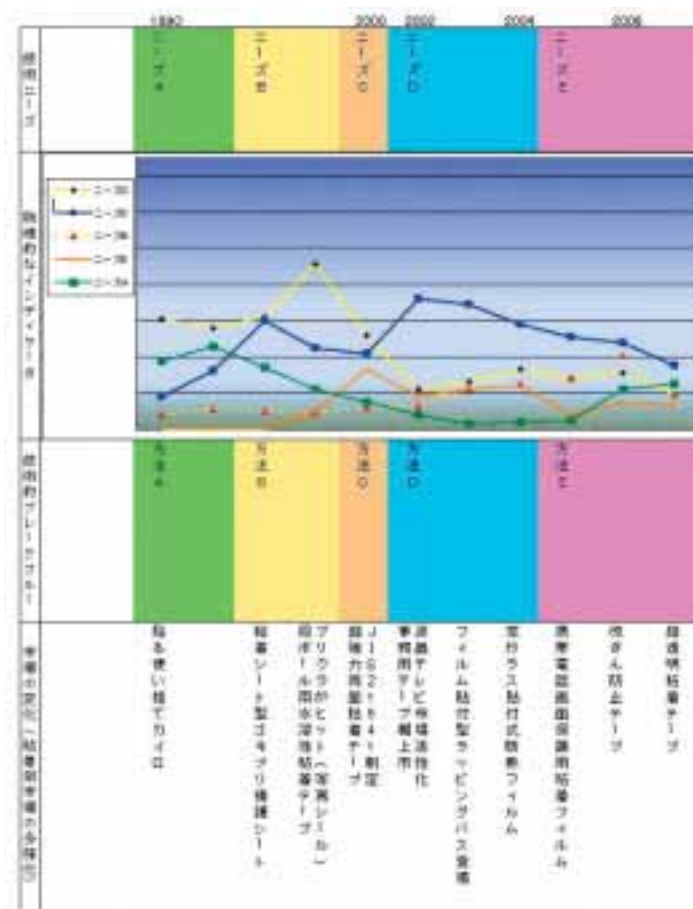
一方、現実的には他社特許と他社製品との紐付けが非常に難しいため、別の手法で将来技術予測を試みることにしました。

## 7) 技術ロードマップ分析

粘着剤用途と粘着剤の技術動向とを重ね合わせた技術ロードマップ(図表2-3-8)を作成し、近未来の動向を予測すると共に粘着剤に求められる技術課題の予測と当該技術課題を解決するための技術手段の分析を行いました。一般的な粘着剤全般についてのものと特定分野に絞ったものを作成し、特に特定分野に絞ったものについて解析を行いました。

ここでは一般的な粘着剤全般について作成したものを示します。

図表2-3-7 技術ロードマップ



上記技術ロードマップは、過去から現在までの技術動向を製品が用いられる最終製品、課題、及び課題を解決する手段を系時的に示すことにより、技術の変遷を確認し、もって将来の技術動向を予測するためのものです。

上記の技術ロードマップにより、最終製品形態の変化に伴い粘着剤に求められる技術ニーズ(課題)が多様化していることがわかります。この技術ロードマップでは、今後の動向を明確に予測することはできませんが、特定分野に絞った技術ロードマップでは、近未来の最終製品の動向について詳細な解析を行うことができ、粘着剤に求められる将来の技術動向の予測を行うことができました。

## 8) マップ解析のまとめ

特許マップ、製品マップ、特許・製品紐付け時系列マップ、技術ロードマップの作成と解析を通して、同社のこれまでの知財戦略の振り返りと今後の課題抽出が行えたと考えます。今後はこれらのマップを改良(例えば軸項目の再検討)しつつ、目的に応じて売上情報やユーザー情報、係争情報などを追加することでより知財戦略ひいては事業戦略策定の方向性が浮かび上がってくると考えられます。

### ここがポイント ～市場優位性のある技術の特許マップから～

特許マップは軸のとり方によっていろいろな目的に使用できます。

たとえば目的が「ニーズの変遷」であれば、一方の軸を時間軸、他方の軸を技術課題とすればよいことになります。これにより、時系列でどのような技術課題(ニーズ)があったのか確認することができます。そして、得られたデータから、またはこれに政治・社会・経済・自然・技術環境の要因を重ね合わせれば将来のニーズの予測が可能となります。

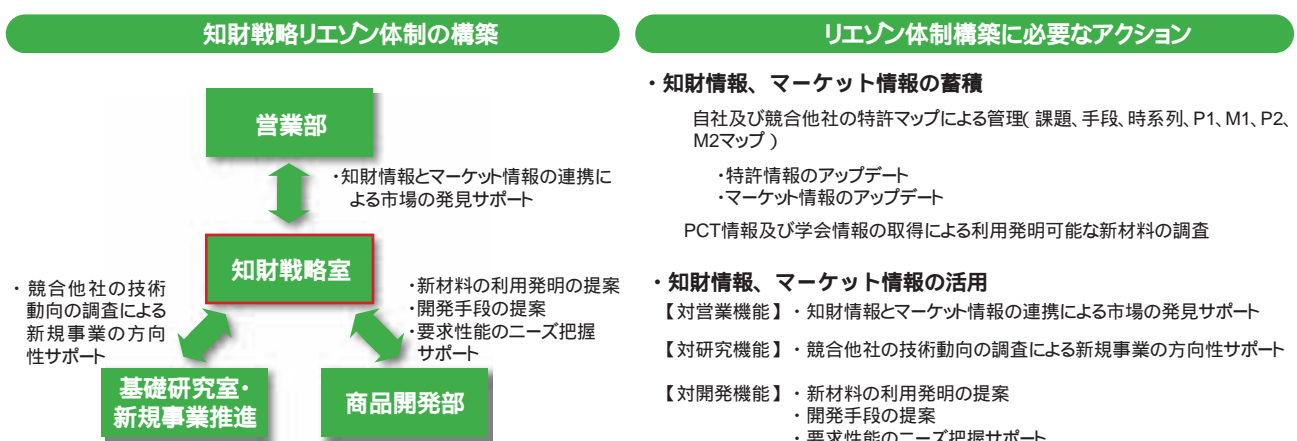
松山裕一郎(弁理士)

## 9) 知財経営業務構築案

上記マップの作成を通じて抽出された課題に基づき、次の段階として解決策の策定(戦略立案)を行うこととなります。しかし個々のアクションプランを日常業務へ具体的に落とし込まない限りその実行は期待できません。そこで現状の業務フローのヒアリングを行い、今後の「あるべき業務フロー」を提案しました。

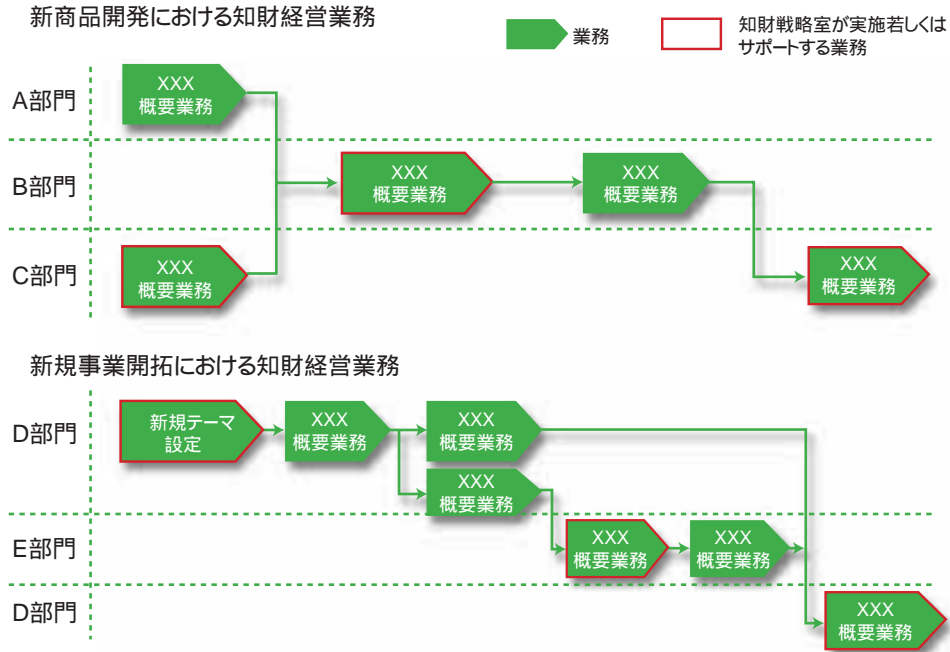
コンセプトは当初の支援計画で挙げた通り、「営業部門を始めとする他部門とのリエゾン体制の構築」です。具体的には、迅速で無駄のない研究・開発体制を構築するため、知財戦略室がコアとなり(図表2-3-9)、特許情報及び営業部からのマーケット情報を蓄積・活用することによって、営業、研究・開発組織に対して提案・サポートを行える体制を構築することが必要であると考えて提案を行いました。

図表2-3-9 知財経営業務のコンセプト



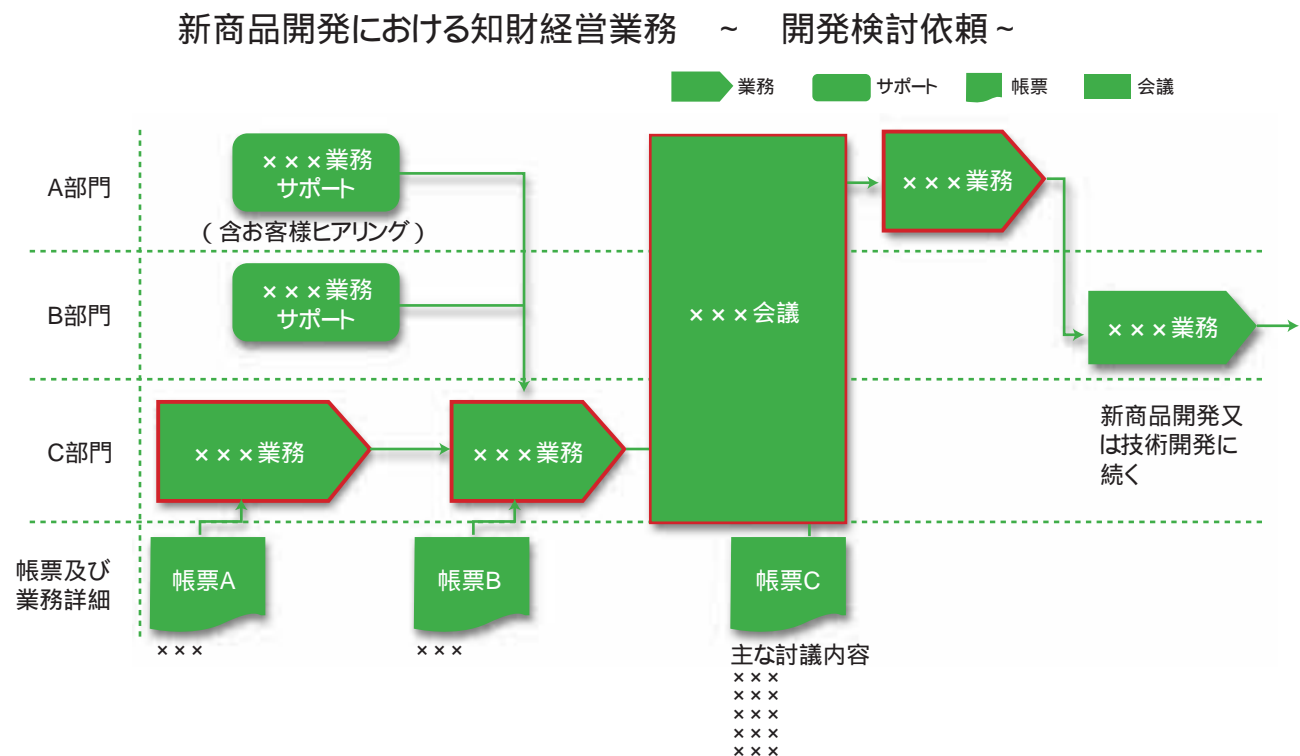
一方、知財経営戦略室が関与できる新規事業開拓戦略と新商品開発戦略の現状の業務がどう行われているか調査を行い、これらの概要について業務プロセスを策定しました( 図表2-3-10 )。

図表2-3-10 概要業務プロセス



次に概要業務における各業務について以下のように詳細化し、実施者、業務、会議体、帳票を用いた業務について、「あるべき姿」( 図表2-3-11 )の策定を行い提案しました。

図表2-3-11 今後のあるべき業務フロー



今回提案した業務フローを実行することによって知財戦略室をコアとしたリエゾン体制が構築されれば、より効率的な研究開発が可能になると同時に、他社動向、技術動向に関する効率的、網羅的な情報収集が可能となり、同社の市場競争力がさらに向上するものと考えます。

## 10) 知的財産報告書

同社の知財活動を社内及び対外的に開示するツールとして、「知的財産報告書」(2007年度版、別途添付)の作成を行いました。当該報告書は取引先、取引金融機関等への説明資料として、また将来的には株主向けIR資料として利用することが可能であり、今後年度毎にアップデートを行い、積極的に活用することを期待いたします。

### ここがポイント ～ 知的財産報告書 ～

知的財産報告書とは、平成16年1月の経済産業省の知的財産情報開示指針に基づき企業レベルで知的財産に関し、主に創出、権利化、活用面での状況が説明されているレポートで、近時、特許権等の知的財産権に注目が集まる中、各企業の知的財産経営状況を表すものとして注目されています。上場企業等では、対株主へのIR情報としての機能を果たしているとも言われています。

増田忠史(中小企業診断士)

## 11) コンサルティングチームとモデル支援企業チームとの役割分担

コンサルティングテーマ	コンサルティングチームの役割	モデル支援企業チームの役割
SWOT分析	分析	作成
特許マップ	作成、分析	作成、分析
製品マップ	分析、特許マップとの重ね合わせ	作成
技術ロードマップ	作成、分析	修正
業務フロー	作成	
知的財産報告書	作成	

## (6) エピローグ 更なる飛躍に向けて

特許マップ及び製品マップについては、知財に関する情報及び製品に関する情報を同時に、かつ定性的、定量的に確認できることから、今後の知財戦略策定の基本アイテムとなります。このマップは技術ロードマップに発展させて今後の研究開発シナリオを策定することも可能ですし、さらに情報を追加することで効率的な群管理やポートフォリオ解析にも拡張可能な汎用ツールです。今後マップを定期的に更新し、目的に合わせてブラッシュアップ(カスタマイズ)し、さらにマップに基づいたブレインストーミングを行って情報解析力を向上・蓄積することで今回の支援の目的とする「戦略的な知財管理を行う体制」が整うものと考えます。

またこれらのマップ群は、同社の課題を全社的に共有するための有効なツールであり、知財経営業務システム提案には今後の同社のあるべき業務フローが示されています。今後全事業分野において同様のマップを作成(全社展開)し、適切な業務フローを構築することで、自社の特許動向及び製品動向を他社の特許情報などと対比しながら戦略的な事業展開を行うことが可能になるものと考えます。今回の支援によって、同社の知財業務が単なる「知財管理」から脱却し、「知財経営」の中核業務に発展することを期待いたします。

## (7) モデル支援企業のコメント

### 綜研化学株式会社 取締役 研究開発センター長 池田裕治

当社は研究開発型企業として新製品を開発し、特許を出願してきました。これまで個別の特許出願に当たっては抵触性の判断等、確実に管理されてきたと自負しています。



今後は研究開発をより効率的に行うため、さらに知財戦略の基盤が重要であるとの認識でした。パテントマップをさらに有効に活用したり、特許が企業の経営にどの程度寄与しているかを検証したいと考えていました。

それらが今回の知財戦略支援によって明らかになりました。

たとえば技術の偏りや研究開発の不十分な領域、製品と特許の結び付きが具体的にになりました。確かに作業の負担は小さくありませんでしたが、非常に良い訓練になりました。また、「知財戦略室は製品の開発前からサポートする」というのは非常に優れた提案です。営業部門や開発部門に対する知財情報のフィードバックは実現したいと思います。

会社には事業戦略があります。それに付随して開発戦略があります。それを補強すべく知財戦略があります。それらが同じ方向を向かないと、効果を発揮しません。今回の支援では、これまでの個別の特許出願の管理から、それらが「群」として事業戦略や開発戦略をサポートができていたのかを検証できました。非常に良い成果なので、より深めていきたいです。今後はより事業戦略を強化するため、知財戦略室が早い情報を取り込んで営業と開発をサポートしたいです。

支援チームの方々には、毎回遅くまで御付き合いいただき、心より御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

## (参考) コンサルティングチームの紹介

今回のコンサルティングチームはそれぞれ異なる分野で活躍する、内藤正規(弁理士、企業内研究員)、齋藤航一(経営コンサルタント)、増田忠史(中小企業診断士、信託銀行員)、松山裕一郎(弁理士、特許事務所)の4名の専門家を中心に構成されました。

このチームは全く異なる個性の集合体ですが、意外とチームワークがよく、各人の専門性を生かしつつ効率よく共同作業を進めることよりコンサルティングを行いました。

### 齋藤航一(経営コンサルタント) コメント

今回のコンサルティングでは知財経営業務の構築を中心に担当しました。知財経営戦略を実行に移すことを可能にする業務を構築するために、知財経営戦略、特許マップの活用、現在の業務の3点を助案して策定することに注意を払いました。この業務構築案を実行することでモデル企業の知財経営における基盤構築の一助となれば幸いです。

コンサルティングにおける主な役割:業務プロセス構築



## 内藤正規(弁理士、企業内研究員) コメント

今回のコンサルティングでは主にパテントマップの作成を中心に担当しました。パテントマップから、いかにデータを読み取って現在までの知財戦略を振り返り、今後の課題抽出を行うか、に注意を払いました。今回マップから読み取ったデータを参考に、モデル支援企業がさらに発展されることを強く期待します。

コンサルティングにおける主な役割: マップ全般



## 増田忠史(中小企業診断士、信託銀行員) コメント

今回のコンサルティングでは、主に支援先企業の知財の開示に係る「知的財産報告書」の作成支援を担当しました。近時知財活動の社内及び社外へディスクローズが求められる中、同社に対しその重要性及び効果を訴求すると共に創作の手順等を支援できたと思います。今後株主対策等IR活動への展開を期待しております。

コンサルティングにおける主な役割: 知的財産報告書



## 松山裕一郎(弁理士) コメント

今回のコンサルティングでは、マップの解析、ロードマップの作成を中心に担当しました。知財の群管理と将来の技術予測による開発業務の効率化という難題でしたが、何とか突破口は見つけられたのではないかと考えています。今後のモデル支援企業の更なる飛躍が楽しみです。

コンサルティングにおける主な役割: マップ全般



## 長谷川公彦(日本アイアール(株)、(社)発明協会 知的財産アドバイザー) コメント

今回は僅か4カ月という期間中に、依頼元の希望するコンサルの内容に対し、自分たちのスキルで実現し得る範囲の中でいかに依頼元に喜ばれる成果を出すかがポイントであるとの判断から、個人では不可能と思われるような依頼元が希望するコンサルを「チームによる知財戦略コンサル」という共創の精神で取り組むこととしました。

具体的には、パテントマップとマーケットマップとを組み合わせることで、従来は見えなかった研究開発の新たな課題が発見できることを立証し、依頼元が望んでいる「未来予測型開発のシステム」を提案することとしました。

コンサルティングにおける主な役割: 全体的な指揮・指導



## 青島利久(中小企業診断士) コメント

今回、知財担当者に対するコンサルの場面が多かったため、特許分析ツールを活用するための支援が中心となりました。

本件が、特許研修にならないように注意し、できるだけ企業の研究開発や事業の方向性を検討する場となるように努めました。

本事業にて作成した知的財産報告書が単に知財部だけの活動報告でなく、ステークホルダー(特に、取引先や投資家)にインパクトを与え、企業価値向上につながるものに仕上げただけであれば幸いです。

コンサルティングにおける主な役割: 支援全体の経営面からの助言



