

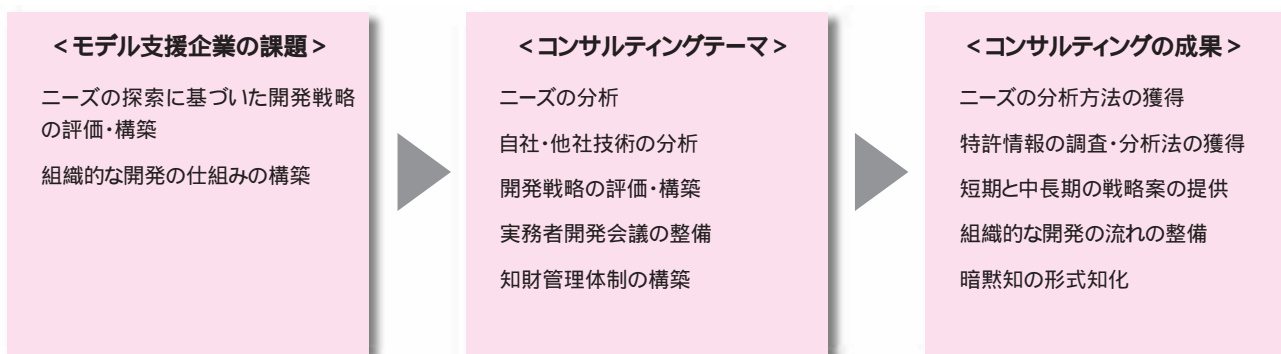
(1) プロローグ

若手社員を中心としたプロジェクトを発足

株式会社田野井製作所(以下、モデル支援企業という)は、雌ねしを作るタップと雄ねしを作るダイスの製造・販売を行っている、創業85年の老舗メーカーです。経済産業省で発刊している「元気なモノ作り中小企業300社」にも選ばれており、「オンリーワン企業」でありたいという理念の下、技術力を武器に事業を伸長してゆこうという企業です。

コンサルティングチームは、まず経営者にヒアリングを行ってモデル支援企業の課題を抽出し、「ニーズの探索に基づいた開発戦略の評価・構築」、「組織的な開発の仕組みの構築」、を基本コンセプトとするプロジェクトを立ち上げることにしました。また、若手社員への技術伝承や人材育成を図りたいとの要望から、プロジェクトチームは、社長をトップとする若手社員を中心とし、ニーズの分析、自社・他社技術の分析、開発戦略の評価・構築、実務者開発会議の整備、知財管理体制の構築、をテーマとした研修を、OJTを中心に行うこととしました。図表2-4-1にその概要を示します。

図表2-4-1 株式会社田野井製作所への知財戦略コンサルティング概要



(2) 企業概要と特徴 (タップとダイスの専門メーカー)

企業名	株式会社田野井製作所		
代表者名	田野井 義政		
所在地	〒140-0013 東京都品川区南大井5丁目26番12号イズミヤビル4F		
URL	http://www.tanoi-mfg.co.jp/		
設立年	1923年		
従業員数(正社員)	195人(連結)	資本金	25,169万円
売上高	2,088百万円	売上高研究開発比率	2%
業種(標準産業分類)	金属製品製造業		
主要製品・事業内容	タップ、転造ダイスの開発、製造、販売		

モデル支援企業は、創業以来、一貫してタップとダイス(図表2-4-2及び図表2-4-3参照)の製造・販売に特化した専門メーカーです。85年以上に亘る創業で蓄積された高い技術力及びノウハウと、CNCねじ研削機(コンピュータ数値制御機能付きのねじ研削機)を用い、「複合化・超高速化・極小化」をコンセプトに、数々のオンラインワン「タップ」を開発しています。

図表2-4-2 株式会社田野井製作所の代表的な製品(タップ)



タップとは、穴の内面に雌ねじ切するための工具です

図表2-4-3 株式会社田野井製作所の代表的な製品(ダイス)

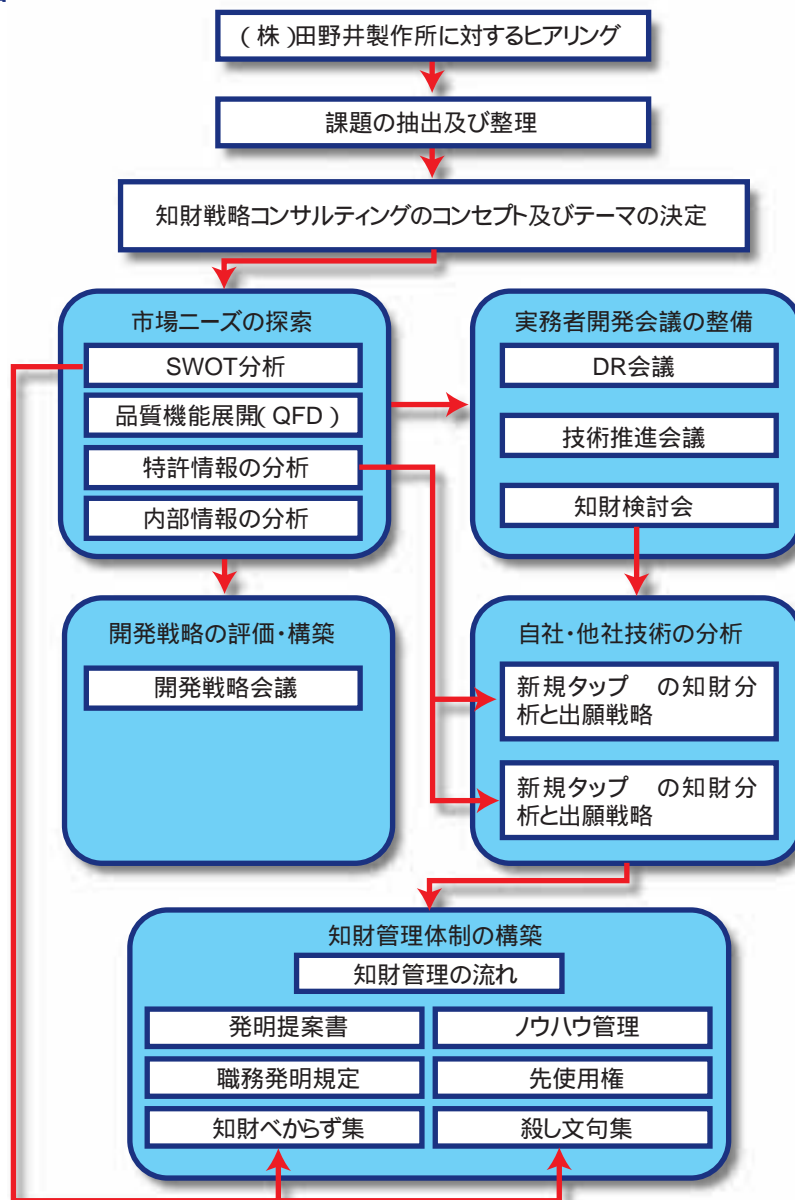


ダイスとは、丸棒の外面に雄ねじを切するための工具です

(3) 知財戦略コンサルティングの全体像 「オンリーワン企業」のための基盤強化

コンサルティングチームは、モデル支援企業が標榜している「オンリーワン企業」としての基盤を強化するためには、開発戦略の構築の道筋や、組織的に研究開発活動を行う際の実際の手順を見直すことが必要であると考えました。また、これを組織に定着させるためには、実際に運用を行ってモデル支援企業の従業員に体験して頂き、それを業務基準・規定として整備することが必要であると考えました。そこで、コンサルティングの基本コンセプトを「ニーズの探索に基づいた開発戦略の評価・構築」、「組織的な開発の仕組みの構築」とし、コンサルティングのテーマを、ニーズの分析、自社・他社技術の分析、開発戦略の評価・構築、実務者開発会議の整備、知財管理体制の構築、として、OJTを中心に研修を行うこととしました。図表2-4-4にコンサルティングの全体フローを示します。

図表2-4-4 全体フロー



(4) コンサルティングチームによる課題分析 事業戦略、研究開発戦略、知財戦略の三位一体の経営戦略により成長戦略を推進

モデル支援企業の現状

経営幹部へのヒアリングの結果、次に掲げるような問題意識を持っていることがわかりました。また、知財戦略に対して大きな期待を持ち、これを新たな成長戦略に取り込むことを計画していました。

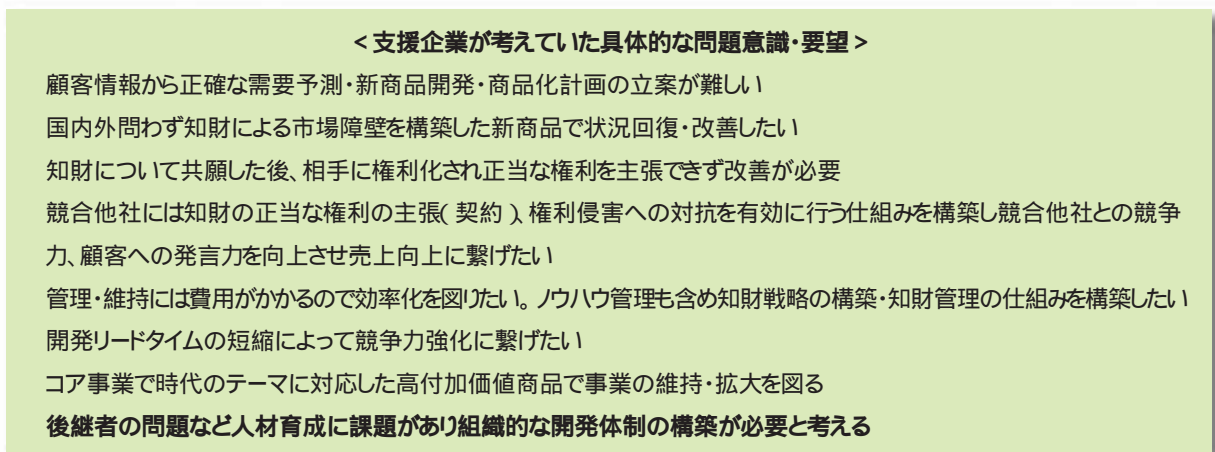
モデル支援企業の問題意識

- i) クライアント企業はかつて業界シェアトップの時代がありました。その後、事業環境の変化によりやや低迷していましたが、経営者はこれまでのシェアを回復して、出来れば過去の業績を超える売上事業規模の会社にした上で後継者に引き継ぎたいと考えています。
- ii) 加工工具業界は成熟しており、コア事業であるねじ加工のためのタップ / ダイス供給事業は、環境、希少金属不足など時代のテーマに対応した製品ニーズに対応することにより事業の維持・拡大ができるものと考えています。
- iii) 企業の生き残り戦略を新商品開発(新規事業)に賭けており、そのために知財を活用したいと考えていますが、体制的にも不十分な状況であり、人材を育成しながら知財管理・情報収集管理を含めた新製品開発の組織体制を構築したいと考えています。

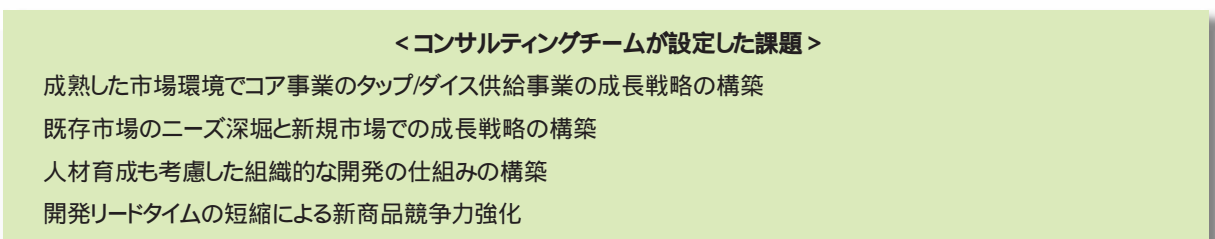
コンサルティングチームによる課題設定

コンサルティングチームは、図表2-4-5に示すように、ニーズに基づいた開発戦略の構築と組織的な開発の仕組みを構築することを基本的な考え方として課題を設定しました。

図表2-4-5 モデル支援企業の問題意識とコンサルティングチームが設定した課題



分析の結果



(5) 知財戦略コンサルティングの支援内容と成果 社長トップのプロジェクトチームによるOJTで技術開発の基本を学習

特許書類の読み方・解釈の仕方、調査の仕方

若手社員8名からなるプロジェクトメンバーは、特許知識が豊富ではない状態からの出発ですので、特に特許の実務の基本となる本質的な知識と特許調査の仕方を体得してもらうOJTを行いました。

＜特許書類の読み方・解釈の仕方＞ 特許書類の仕組み、読み方、技術的範囲の解釈の仕方を理解してもらいました。技術的範囲の解釈の仕方について、3グループに分けて事例(9本ほどの特許・実案公報)を使い、その技術的範囲に抵触しない技術(特許破りの技術)を考えて発表し、検討・評価する方法を採りました。全員が特許出願書類を書きたいという意欲を持つまでになりました。

＜特許調査の仕方＞ 特許電子図書館(IPDL)の検索の仕方の説明、安価で便利なソフトの紹介を行いました。調査実習は、実際の開発課題の新規タップA、新規タップBについて、コンサルティングチームが準備したタップに関する公報データ784件を実際に精査して、関連する技術を見つけました。コンサルティングチームの専門家が見逃していた技術を発見したり、研修後に自主的に他の技術分野を調査してリマ(工具)などで類似の技術を見つけてくるなど、とても意欲的でした。これらの調査結果に基づいて、新規タップA、新規タップBについての特許可能性について討議しました。

また、自動車4社のキーワード(タップ)でヒットした100件～200件の公報データを観て、ユーザーニーズについて考えるという課題も提起しました。

さらに、経営陣に対しても、特許出願書類を契約書に例えて説明し、技術的範囲の解釈の仕方、公知(公表)とする場合の留意点についての研修を行いました。



研修の風景

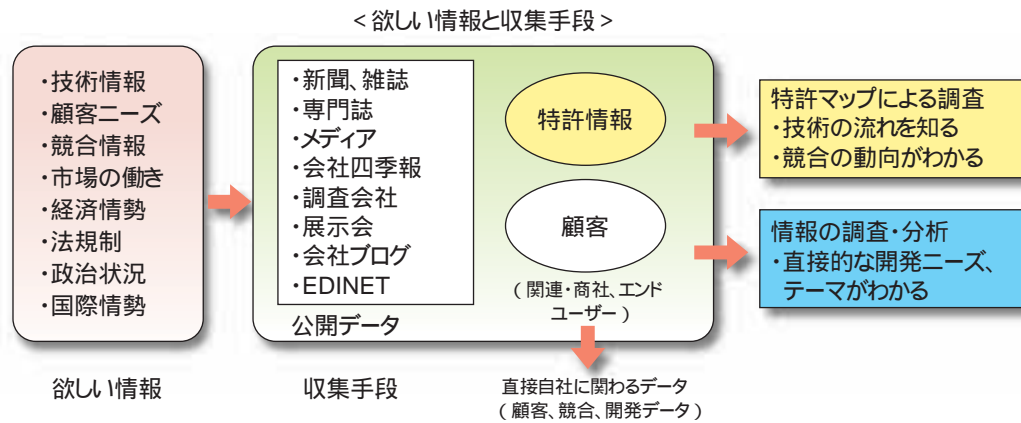
市場ニーズの探索

a ニーズの分析(SWOT、QFD等)

i) 環境分析(SWOT分析)

SWOT分析は企業の置かれている経営環境分析を行う手法の一つです。まずは、SWOT分析で現状の把握を行うことから始めました。この手法を使用する理由は、情報収集の重要性を学ぶためです。経営環境分析を行う為には、図表2-4-6にある通り、情報を様々な媒体から集めなければなりません。情報は顧客のみならず競合Webサイト、展示会、技術情報誌、特許マップ等からも得られることを認識し、次に収集した情報の根拠ある情報は情報自身が発信しているメッセージは何かを読み取ります。情報収集の重要性を修得するためにモデル支援企業プロジェクトチームには製品・販売・技術に限定したテーマを与えてSWOT分析を行いました。

図表2-4-6 情報の収集分析によるニーズの探索



チーム全員が、情報はあらゆるところから入手できるが表面的な情報を収集するだけでなく情報の持つ意味を分析することで精度の高い分析ができることを再認識しました。

ii) ニーズの分析(QFD:品質機能展開)

市場情報からニーズを探索し製品仕様に落とす手法に品質機能展開(以下QFD)を使用しました(図表2-4-7参照)。本来、QFDの基本的考え方は品質保証のための具体的なシステムです。“顧客の満足するニーズを製品仕様にいかに反映するか”言い換えると“市場から情報を収集し顧客の言葉を製品・技術の言葉に変える”ことです。顧客の要求を1次要求、2次要求と順次製品仕様に変わっていきます。品質機能展開する中でSWOT分析で行った競合分析が活きてきます。

以上のプロセスを経て製品仕様を決定することの重要性をチームとして再確認しました。

図表2-4-7 品質機能展開図によるニーズの分析

品質機能展開				品質企画																	
				比較分析			企画			ウェイト											
				自社	A社	B社	企画品質(目標)	レベルアップ率	セールスポイント	絶対ウェイト	要求品質ウェイト										
顧客の要望	コストダウン	加工時間削減	1次要求	2次要求	3次要求	耐久性	加工精度	冷却温度	重量	設計形状	価格	重要度	3	3	3	3			6	10.3	
			もっと早くねじが切れる	高速回転でネジを切る										5	3	5	3	1.3		12	20.7
			寿命が長い	折れなく 折れにくい	刃が欠けない									1	3	3	3			6	10.3
		工数削減	加工品質が良い(出来が良い)	切屑掃除が不要(切屑が出ない)	研磨不要	再研磨回数が多い								5	3	3	3			4	6.9
				焼き付けを起こさない										1	4	4	3			4	6.9
				購入単価が安い										3	5	3	5	1		6	10.3
	コスト削減	値引き交渉	水を使用										1	3	3	3			4	6.9	
			使用量半減										3	3	3	3		1	4	6.9	
			品質重要度(品質要素ウェイト)																合計	58	
	比較分析		自社	A社	B社	対応関係 5:強い対応 3:対応 1:対応が予想															
	設計品質		セールスポイント :1.5 :1.2																		

b) ニーズの分析(特許情報)

タップに関する特許出願状況は約15年間にあつては、出願公開が260件(年平均17.3件)、登録が49件(年平均3.3件)であり、技術内容では切刃の形状の年出願が2件～8件の間で推移し、その他は1件～4件程度の間での横ばい状態という出願となっていますし、上位3社の発明者が10名という少数開発者となっています。しかし、より強い締め付けトルクを達成するタップ、高精度タップ、折れないタップ、欠けないタップ、バ

りの生じないタップ、より耐久性のあるタップ、下穴無し止り穴ネジ形成高精度タップ、切削油ゼロ高精度高耐久タップ(環境、トータル低コスト化)、切屑処理、トータル低コスト化、再利用化など、ユーザーの改良要求が強い分野であるとともに、その解決策が技術的に見出せにくいハードルの高い分野であるといえます。

課題、目的、効果、技術内容について公報を精読して抽出し、出願人別技術分類表(図表2-4-8)を作成しました。公開公報について時系列データとしたものを作成分析してみる必要があります。

図表2-4-8 出願人別技術分類表 (一部)

	刃形状・刃数	刃の向き・ねじれ	刃すくい・逃げ角度	谷形状	食い付き部形状	雌ねじ頂点加工	先端に刃	先端形状・逃凹
実登録	実第2601117号	実第2589572号	実第2589572号	実第2574380号	実第2603939号		実第2571499号	実第2574380号
	実第2603939号						実第2574358号	
	実第2549711号						実第2601117号	
特許	特第2987186号	特第2987186号	特第2558794号		特第2625352号	特第3457178号	特第3457178号	特第3984405号
	特第2625352号	特第3107671号	特第2555470号		特第3710360号		特第2857943号	
	特第2813173号	特第3710360号	特第3103239号		特第3787124号		特第2656934号	
			特公平7 - 77693		特公平6 - 39012			
					特公平7 - 63894			
					特第3728673号			

モデル支援企業が雌ねじの頂点加工について唯一特許を取得してこれが売れていること、ある大手メーカーがタップねじの開発に熱心であることなどが見えてきます。

c ニーズの分析(売上情報)

企業には内部情報として売上原価情報という顧客毎の情報が過去蓄積されています。この内部情報も、顧客の考え、市場のニーズを調査する情報源として有効と考え、分析を実施しました。モデル支援企業の経営陣へのヒアリング結果から、データベースとしては、売上情報に、顧客毎、製品毎のデータがあるということで、それを用いて、顧客の購買動向を分析してモデル支援企業の課題を抽出するとともに市場ニーズを探索することを目的としました。

- i) この分析は、モデル支援企業から入手した2007年度～2008年度上期までの売上情報を系統的にデータベース化して現状のパフォーマンスの定量的な測定を行い、それを用いて具体的な改善方を検討するもので、
- ii) その具体的な目的を、売上情報を用いて企業パフォーマンスの現状分析を行い、組織としての課題を検討し、市場動向を考慮した組織目標を明確にすること、顧客の購買傾向を分析して、利益を増加させるための顧客管理・営業活動のやり方を考え、顧客の重点管理による市場の深耕の検討、テストマーケティングによる新規顧客開拓の可能性を検討することに置きました。
- iii) また、製品カテゴリーについて更に詳細な商品系、その下位の商品Series、さらに品名に区分して売れ筋商品の特定を行い、更に、各々で売れ筋の寸法を調査し、このタップの特徴から、顧客ニーズを考えるKey wordがある程度推測できました。

このような分析によって、売上情報という身近に眠っている情報を掘り起こして分析すれば、色々なことがわかってくることを実証しました。情報武装(情報の収集と分析)による研究開発戦略の構築の次のステップとして、具体的な商品の販売方法についても、その解決の処方箋が見えてくることなどモデル支援企業に対して具体的に提案しました。

自社技術の分析

モデル支援企業は新規タップA、新規タップBの開発ないし製品化が進行していましたが、これらの出願書類作成支援、特許可能性の検討、参入障壁の構築について実習を兼ねた支援を行いました。

新規タップAは、特許出願がなされていましたが、不十分な点を補強して優先権主張出願が行われました。また、2つの技術の面から更なる技術開発が必要であると考えられたので、改良、変形、目的を達成する他の形態など22(うち2はモデル支援企業のプロジェクトメンバー)の創案を考え提起しました。また、あわせて参入障壁構築のイメージ、出願書類作成時の目的展開と概念化などを説明しました。

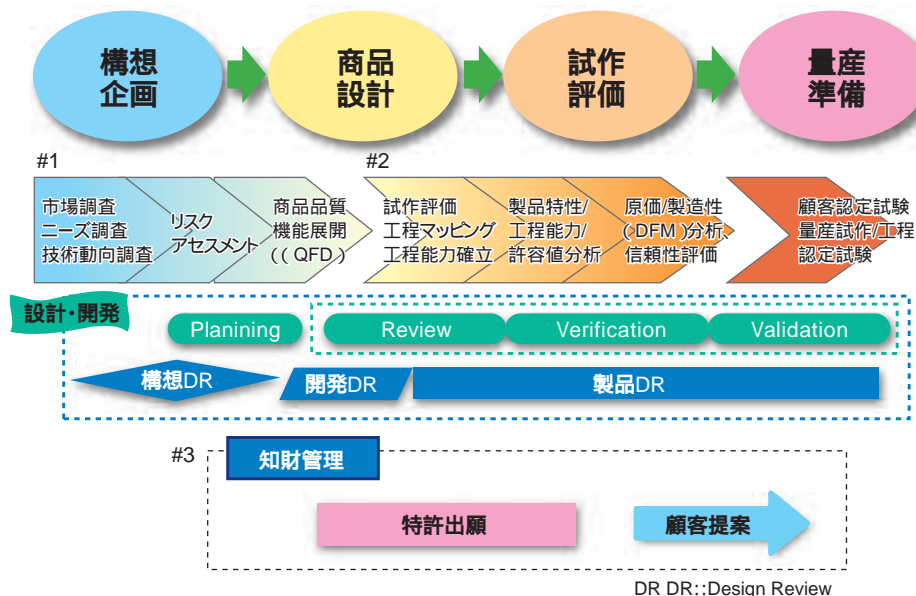
新規タップBは、開発会議において先願調査でヒットした類似技術との対比検討を行い、特許性の可能性ありとの判断に達し、特許出願書類の留意すべき点について助言を行いました。次の開発会議には発明者から特許請求の範囲および図面の提起があり、外延を明瞭にすること、図面をより詳細なものにすることなどの助言を行いました。

また、開発担当役員から、長年の営業開発経験からくるタップについての課題、ニーズなどを一覧表にしたものが提起され、さらに新規タップCについて説明がありました。

設計・開発活動と開発の仕組みの構築

モデル支援企業は平成18年3月に品質マネジメントシステム(QMS)ISO9001:2000の認証を取得し、それに基づいて設計・開発活動を行っています。しかし、経営陣及び技術取り纏め部門にヒアリングした結果、品質マニュアルに規定する設計・開発活動をレビューする「開発会議」が十分に機能していない側面があることが確認されたため、この信頼性の高い技術を開発し、製品を開発する際の技術開発の基本動作である設計・開発のレビュー活動を、研究開発戦略や知財戦略の検討と並行して、図表2-4-9の一連の流れのなかで実施すべきことを明確にしてその見直しを行いました。

図表2-4-9 商品開発の流れと設計・開発活動の流れ



「開発会議」を開発戦略に関するもの、設計に関するもの、製造・検査技術に関するもの、知財に関するものに再構成してその定義を明確にするとともに、QMSのレビュー活動の基本の復習を行い、実際に流れている開発計画を審議テーマとして、モデル支援企業の従業員に関連部署の専門家を集めた適切なレビュー会議の運用を実際に経験させ、会議の目的である専門家のレビューによるリスクアセスメントと関係者のベクトル合わせをしました。かつ実務者、特に若手の従業員に経営陣と同じ土俵で経験させることで、企業内での定着と、若手の従業員の活性化を図ることを狙いとししました。また、品質マニュアルの規定の見直し案を提案し、また、レビュー会議の要領についても、実際に実施した結果を反映して作成し支援しました。



コンサルティング風景

知財管理体制の構築

a. 知財管理体制の構築(知財管理体制の概要)

今回の支援の特徴は、経営陣及び若手参加者が極めて意欲的であったこと、及び、営業、開発、技術、製造部門を含めた若手選抜メンバー8名を対象にして、特許制度についての知識を提供しただけでなく、< 特許書類の読み方・解釈の仕方 > を自社の出願済み明細書とこれから出願予定の技術を用いて、具体的かつ集中的に実践トレーニングしたところにあります。参加者は、東京近郊だけでなく、宮城や名古屋から毎週土曜日集合して研修に積極的に参加しました。

これにより、モデル支援企業の営業を含めた幅広い分野に、知財の専門家が育つ基礎的な土壌ができたと考えます。従業員が200人以下の日本の工具メーカーで、これだけ特許に詳しい営業部隊を抱えている会社はまず存在しないのではないのでしょうか。

残念ながら今回は、具体的な知財管理組織の構築については、その入り口の議論で時間切れとなっており、モデル支援企業の実情に即した具体的な組織の創設と運用のOJTまでには至りませんでした。

そのため、知財管理体制に関して、コンサルティングチームとして、

- i) 8人の若手が、時間は短くても良いから、パテントリエソマン等として必ず知財に関与し活躍できる知財組織を作ること
- ii) 若手8人が、知財を活用したビジネス利益の獲得に対する意欲を維持できるように、時間的、教育的面から、彼らをサポートする体制を作ること

を提言しました。

それと同時に、モデル支援企業に合った知財戦略を確立するためのたたき台となるべき知財戦略案(後述) 及び実際に組織を運用するための特許管理マニュアルを提示しました。特許管理マニュアルでは、一般的な知財管理の手順及び注意点を示すとともに、特許権の侵害対策手順を特許侵害対策フローとして提供しました。

特許管理マニュアルには、(i) 知財管理組織、(ii) 特許権の取得、(iii) 知財情報の活用、(iv) 特許権侵害への対応、(v) ノウハウ管理(先使用权) への対応の項目について、基本原則及び処理手順を詳細に説明しました。

これらの案をたたき台として、プロジェクトメンバーが、よりモデル支援企業の実情にあった、知財戦略及び特許運用マニュアルを作り上げ、モデル支援企業の知財体制を確立することを期待します。

b. 技術ノウハウ伝承に向けての取り組みについて

モデル支援企業では、経験者の退陣後の後継者の問題など人材育成、技術伝承に課題があると考えて

いました。人材育成については、ISOの品質マネジメントシステム(QMS)の枠組みの中で組織的な技術開発の仕組みを構築し、今後、それにより実務者に経験的に学習させることを想定しましたが、経験者の退陣を考えた場合、技術伝承という意味ではモデル支援企業に経験者の暗黙知として蓄積されている技術ノウハウの形式知化が必要と考えられました。技術ノウハウ、業務におけるノウハウも文書化され従業員に共有化されていないと推察されたので、そこでノウハウ管理の一環として、日ごろの業務のノウハウ、失敗事例の文書化が技術伝承として重要な役目を担うことへの理解を徹底させ、若手のプロジェクトチーム員を中心として技術開発並びに業務におけるノウハウ集並びに失敗事例集の作成を指導しました。モデル支援企業では営業ツールとして、マインドマップ(Mind Map)を用いた新製品タッグの説明用のKey wordを纏めた「殺し文句集」の整備を始めています。図表2-4-10にモデル支援企業の作成した知財べからず集の一部を示します。

図表2-4-10 知財べからず集の一部

(株)田野井製作所知財戦略PJグループ

項目	対象部署・詳細
経営戦略から逸脱するべからず。	技術 / 営業 / 経営陣 その商品の位置付け、コスト、方向性、発展性追求利潤等を周知徹底させる
市場環境調査を怠るべからず。 (SWOT分析)	営業 常日頃より内 / 外部環境や市場 / 業界動向に注意を向け、分析を日常的に行なう
顧客のニーズを見逃すべからず。 (QFD)	営業 常日頃から不満情報を開発の種に収集し、分析・抽出する
⋮	⋮

モデル支援企業の開発戦略の評価と構築

a. 技術開発戦略(案)の提示

モデル支援企業は、社長方針として「21世紀に通じるオンリーワン商品 < 超高速化・複合化・極小化商品 >」を開発するという方針を標榜しており、具体的には、この方針に基づき、クライアント企業では現在、5件の開発計画が流れていました。モデル支援企業の技術開発は基本的には顧客の単独ニーズを中心としたもので、当該顧客以外の顧客にはその製品を更に調整してゆくというやり方を行っており、コア技術と目される製品調整技術の特色が色濃く出た技術開発や営業展開を主として行っていました。これは、中小企業であるモデル支援企業のフットワークの良さを示す企業の強みでもあり、長期的な市場動向に合わせて、次にヒットする技術を仕込む技術開発を行うという大企業のアプローチに対する弱み、かつモデル支援企業の事業活動における経営資源の集中を阻害している要因でもありました。

このように相反する強みの強化と弱みを克服する中で技術開発のやり方、開発戦略は、基本的には“中長期戦略と短期戦略”と“選択と集中”の中に解を見つけ出すこととし、その検討に際しては、開発戦略をモデル支援企業自身で構築すべく情報収集とその分析を通して若手の知財戦略プロジェクトチームとアドバイザーであるモデル支援企業幹部によって検討し、経営会議である開発戦略会議(開発企画会議)で発表するという実務ベースのOJTを行いつつコンサルティングチームがまとめるという形をとりました。

探索した市場ニーズのもとに、社長方針の技術開発方針の妥当性を評価し、具体的なニーズに基づく優先順位による短期的な技術開発戦略、中長期的な技術開発戦略をシリーズ化、標準化の考え方を含め提案しました。

また、SWOT、QFD、マインドマップ(Mind Map)や、FMEAやリスクアセスメントの手法の学習を含む高度なレベルの研修指導でしたが、若手の知識欲を掻きたて、情報収集によって今までとは違うニーズが見えてくるということを示したことにより当該企業の意識改革が図れたという意味では、知財戦略コンサルティングの役割は大きかったと思われます。

b. 知財戦略(案)の提示

知財戦略の策定についての基本的な考え方は説明しましたが、モデル支援企業にあった知財戦略案について十分討議をする時間がなかったため、知財戦略案を提示しました。

モデル支援企業の課題は、限られたリソースを有効活用することにより、オンリーワン戦略を支える技術の開発とそれを支える効率的で有力な知財体制の確立です。

モデル支援企業は、今回の支援活動で知財活用の基礎的な土壌ができた段階であるため、今回提示した次年度の短期知財戦略は、まず、モデル支援企業にあった知財管理体制(組織)の基礎を上げること、及び知財戦略(案)と特許管理マニュアル(案)をモデル支援企業の実情にあつものに仕上げることが主眼としています。提示した中・長期知財戦略(案)は、たたき台として提示したものであり、次年度以降の知財活動によって、モデル支援企業の実情に合った中・長期知財戦略に改定されることが望ましいと考えます。

(6) エピローグ 「オンリーワン企業」へ向けて

知財だけでは、技術経営に基づく「オンリーワン企業」として成長し続けることはできません。今回、コンサルティングチームは、モデル支援企業の基盤を強化し、骨太の事業戦略、研究・開発戦略、知財戦略を構築できるように、徹底的に技術経営のための仕組み作りに注力しました。

短い期間であったため、十分にその目的が達成できたとは言えませんが、OJTを中心に自発的に成長できるよう、基本的なお伝えしたつもりです。今後、イノベーションのPDCAサイクルを回し、モデル支援企業が目指す「オンリーワン企業」として持続的に成長していくことを望みます。

(7) モデル支援企業のコメント

株式会社田野井製作所 取締役社長 田野井 義政

本事業のコンサルティングを受けることにより、事業戦略、研究開発戦略、知財戦略の三位一体の経営がとても重要であることがわかりました。また、弊社の技術力を棚卸しすることにより、自社の価値を再認識することができました。弊社は、自動車業界を主に顧客としておりますが、100年に一度の不況の今、改めて今後の戦略をどう立ていけばよいのか、見直しいいチャンスにめぐり会えたと思っております。

今回は、私自身がプロジェクトリーダーとなり、全会議参加するとともに、若手を各地域から選抜し本事業に参加させました。弊社の経営の方向性について若手に直接伝えることができましたし、各地域の担当者の横の連携が強まる副次効果も生まれました。今回のコンサルティングを受けたことで、組織的イノベーション生み出す基盤ができましたし、このコンサルティングが今後の発展の大きな分岐点になると思います。

最後に、専門家の先生には熱心な指導をしていただき大変感謝しております。



取締役(技術部開発担当)

これまで、技術と知財を会社内で引っ張ってきましたが、知財管理や知財戦略を担える若手へバトンタッチしたいと考えておりました。そんなときに、本事業への挑戦を社長から指示があり、応募し採択されました。

若手へ直接コンサルティングを受けさせたいとの思いで、東京本社、埼玉工場、宮城工場、名古屋支店などから技術、営業の若手を8名選抜し、今回のコンサルティングのカウンターパートナーチームを組織化しました。特に、弊社では顧客への技術営業が強みであり、営業担当を本チームに入れ知財を学ぶことが最重要と考えておりました。ロケーションが離れていることから、コンサルティングは主に土曜日に埼玉工場内で行い各地から集まりました。今回のコンサルティングでは、専門家より毎回課題が出され、弊社の競合企業や取引先などの700にも及ぶ明細書をチーム8名で分担して読み込むなどをしました。専門家の先生方には熱心な指導をいただき、一人の欠席もなく全員皆勤で特許明細書を読み解く難しさと楽しさが体験できたと思います。若手が特許について取り組むきっかけになり、非常にありがたく思います。

今後ですが、コンサルティングで提案のあった知財管理体制を若手を中心に組織することを検討していきます。自社の身の丈にあった取り組みで、着実に知財を根付かせていきたいと思いをします。

(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、(株)知財マネージメント支援機構の太田雄二をチームリーダーとして、弁理士の奥田、知財コンサルタントの中谷、技術士の平川、弁理士の松下、中小企業診断士の間宮といった幅広い専門家5名から構成されます。

このチームの強みは、開発手法、財務分析、知財管理、知財実務、開発支援について長い経験によるスキルを有していることであり、それぞれの専門性を活かしてコンサルティングを進めました。

奥田律次(弁理士) コメント

今回はモデル支援企業のプロジェクトチームが若手社員の方中心であり、その向上心の高さに、私の方もいろいろと刺激を受けさせて頂きました。今回紹介させて頂いたブレインストーミング、マインドマップ(演繹法)、KJ法(帰納法)等、考えるための道具(発想法)をうまく活用して、飛躍されること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:発想法等各種ツールの活用、特許制度等の活用指導、コンサルティング進捗管理



中谷進(知財コンサルタント) コメント

特許の基本となるところを体感的に理解していただけたのではないかと思います。これを生かしてゆく一つの方法に「知財リエゾン」的(普通従業員50人に1人)な活動方法があると思います。8人のプロジェクトメンバー、最後の開発会議に出席した20名(従業員10人に1人)を超える人が知財リエゾンの活動、知財リエゾンの意識をもって仕事をさせていただくことを期待します。

コンサルティングにおける主な役割:特許調査、請求項の読み方指導・OJT実施



平川博将(技術士:原子力・放射線、総合技術監理部門) コメント

お客様に喜んで頂く良い製品を提供するために企業としての技術開発戦略・開発計画の立て方、計画通りプロジェクトを遂行し、品質の高い製品を提供するためのプロジェクトマネージメント、デザインレビューのやり方など技術開発の基本動作を紹介し、体験して頂きました。将来とも技術開発に燃える製造業としてより良い製品を社会に提供頂くことを期待します。

コンサルティングにおける主な役割:技術開発戦略・開発計画の立て方策定、デザインレビュー会議のOJT実施



松下亮(弁理士) コメント

知的財産権の活用前提として研究開発があります。今回、駆け足ではありますが、技術開発の基本から知財の活用や知財戦略の立案までを、OJTを中心とした支援活動を通じて体験して戴いたのは、大変有意義だったと思います。後は、経営陣及び若手参加者を中心に、今回の活動を停止させることなく、試行錯誤を繰り返しながら、モデル支援企業の企業形態や風土にあった開発体制や知財管理体制に仕上げていくだけです。今回の支援活動で見せて戴いた経営者や若手参加者の熱意と謙虚な姿勢が続く限り、5年後には今回の支援活動の成果が表れるものと信じます。

コンサルティングにおける主な役割:知財戦略の策定、知財管理体制の構築



間宮喜代司(中小企業診断士) コメント

情報収集・分析・ニーズの探索支援を担当しました。経営分析の手法を一部取り入れて情報収集・分析に至る過程の重要性を認識してもらいました。モデル支援企業のプロジェクトチームは非常にパワーがあり経営陣も今回のコンサルティングで熱心にチームをバックアップし意欲の高さを感じました。支援企業の更なる発展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:経営分析に関する情報収集、分析手法のOJT実施



株式会社 知財マネジメント支援機構 太田雄二 コメント

今回のコンサルティングでは、チーム全員でモデル支援企業の現状・レベルの把握・分析、課題の抽出を行い、企業が実現可能かつ定着する解決手段を提案することがポイントでした。メンバーが専門性を発揮し、経営者から若手社員に至るまで幅広い層を対象に、OJTにて実施した開発会議、デザインレビュー会議、知財検討会、技術推進会議等を今後とも「継続は力なり」の心構えで、実行して頂きたいと思っております。

コンサルティングにおける主な役割:全体的な指揮・指導



