

Point! 「新技術のプロモーション活動を知財視点で後押し！」

支援内容サマリ



● 課題の種類



- ・プロモーション活動の戦略目標と各構成要素との整合性がとれていない。
- ・活動と保有知財との整合性を図るという課題があることに気づいていない。

● 支援を実施した専門家




- ・企業、事業について、保有知財との整合性を図るという課題があると診断した。
- ・プロモーション活動の課題について、対応すべきポイントの整理を行った。
- ・技術標準化について助言した。今後の計画を指導した。

- ✓ プロモーション活動の要素整理ができた。
- ✓ 知財視点でもビジネス活動を捉える、という意識が社内に根付いた。
- ✓ 技術標準化について、今後の方向性を得ることができた。

企業概要

所在地: 京都市下京区七条御所ノ内西町18番地

従業員数 : 32人		代表者 : 小島 久嗣	
資本金 3,550万円	売上高 - 円		
<p>★沿革と事業内容</p> <p>昭和23年(1948年)にモーターの修理販売業として創業以来、半世紀以上にわたり、産業用電子・電気設備や装置を開発・設計・製造。「オンリーワンの技術を京都から世界に」をスローガンに企業価値の創造を目指している。</p>		<p>★保有知的財産権</p> <p>特許 : 11件(出願中含む)                  実用新案: 0件                  意匠 : 28件                  商標 : 2件</p>	
<p>★経営課題</p> <p>世界市場に販売を開始し好評を博している高効率太陽電池セル検査システム「KOPEL」ブランド製品群のさらなる認知向上・販売強化を推進したいと考えている。</p>		<p>★知財総合支援窓口使用状況</p> <p>国内・海外における知的財産権取得の際に窓口を利用</p>	

今回の支援の対象

共進電機(株)は、創業100周年を目標に、人類共通の課題である地球環境問題に貢献すべく「新エネルギー関連機器事業で社会が必要とする企業価値を創造する」を2048年までの経営ビジョンとしている。その中で、「KOPEL」ブランドで展開している最先端オプトエレクトロニクス製品群を支援対象に、知財視点を加味してさらなる認知度向上、世界市場で販売力強化を図る。



支援を受けて変わったこと(相談者の感想)

知的財産面、技術標準化面、デザイン・ブランディング面など、今後さらに認知度をあげていく上で改善していくべきポイントが明確になった。

## 専門家支援の概要 リーダー支援者：藤掛 宗則(弁理士)

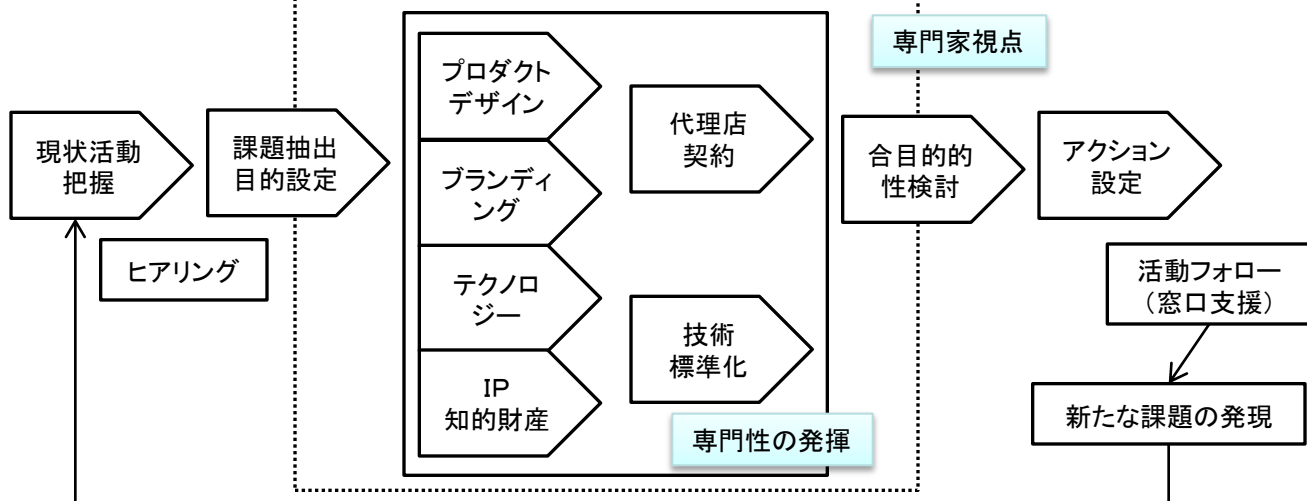
### 支援の概要

(リーダー支援者) 藤掛 宗則  
 ● 専門家： 中小企業診断士 藪田 安之氏  
 デザイン専門家 堀越 敏晴氏  
 企業OB 加藤 泰助氏

### ● 支援計画の概要

世界市場における「KOPEL」ブランド、及び、「KOPEL」ブランド製品群の認知度向上に資する、プロモーション戦略のありようを知財視点を踏まえた多面的な切り口から支援を計画し、其々の立場や専門性からディスカッションを行い、知財活用やマーケティング、海外代理店との契約などの視点を踏まえて活動モデルの構築を行う支援を展開した。

### 専門家活用のポイント



ヒアリング結果に基づき、世界市場における「KOPEL」ブランド、及び、「KOPEL」ブランド製品群の認知度向上に資する、知財管理を含む多面的な視点での支援が必要であると設定し、下記に示す4つの切り口を抽出した。

- 1) 2014年8月にブランド「KOPEL」のイメージを刷新するなどの施策を実行されている。それに伴い、弁理士を交えて、従来保有の知財権(商標権等)の整理・改変等の知財管理に係る支援が必要であると考えた。
- 2) 今後増えると予測される海外代理店における「ブランド管理」の側面から、コーポレートブランド／「KOPEL」ブランド管理規定、プロダクトブランドチェックリストなどを策定し、デザイン・ブランディング専門家を交えて、「オンリーワンの技術を京都から世界に」の統一感あるイメージづくりのための支援が必要であると考えた。
- 3) プロモーション展開の戦略目標の一つとして、学会・展示会等において「KOPEL」ブランド製品群の認知度向上を図り、その後、太陽光セル、モジュールの最新の測定検査システムのデモ機を使用することができる東京テクニカルセンターにユーザを呼び込み、技術の確かさを実感してもらい成約につなげる、というモデルを推進されている。このモデルの高サイクル化を目指し、中小企業診断士を交えて全体最適を図るための支援が必要であると考えた。
- 4) 世界市場での販売を推進するにあたり、企業OBを交えて「KOPEL」ブランド製品群における知財管理(特に技術面での知財)、技術標準化の可能性を探るための支援が必要であると考えた。

これら4つの切り口を踏まえ、窓口支援担当者、弁理士、中小企業診断士、デザイン・ブランディングの専門家、標準化活動の専門家でチームを組み、各課題毎に専門性を発揮してもらうとともに、課題－合目的性の振り返り、調整にも関与してもらおうという、全体最適化を意識した支援体制づくりを進めた。