



■モデレーター 肥塚直人



③竹内三明氏

知財を切り口とした支援機関連携の深化 知財総合支援窓口、よろず支援拠点、商工会、金融機関の視点から



①中俣順弥氏

■パネリスト

①中俣順弥氏

新潟県よろず支援拠点 チーフコーディネーター

②中島茂樹氏

広島県央商工会 事務局長

③竹内三明氏

長野県信用組合 執行役員 シニアアドバイザー

■モデレーター

肥塚直人 (INPIT窓口機能強化事業事務局/
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)



②中島茂樹氏

支援機関連携をテーマに、パネルディスカッションを始めます。本日は日頃から、INPIT知財総合支援窓口と連携をいただいている3名の方にお話しいただきます。

パネリスト紹介

新潟県よろず支援拠点 チーフコーディネーター 中俣順弥氏

新潟では、様々な支援機関との連携が軌道に乗ってきたことを実感

中俣氏：近年、地域の関係機関の皆さまとの連携が密になったと感じており、相談をいただく企業様の数が年々増えてきています。その中で、実際にINPIT知財総合支援窓口からご紹介いただいた企業様はよろず支援拠点で支援を行っている件数の約5%となっています。2019年の途中からですが、INPIT知財総合支援窓口の皆様とは月1回の定期的な打ち合わせを行っています。堅苦しいものではなく、ざっくばらんな話をしながら、顔が見えるつながりを築いてきました。月1回の定例会議は、ご紹介いただいた企業様の現状や進捗などの確認や、新しい案件の検討などを行っています。また、電話相談の場合もお互いに声をかけやすい環境を作っており、意見・希望・相談などのやり取りをしています。ご紹介いただいた案件を支援する場合は、必ず

皆さん同席していただいています。

連携事例紹介：株式会社A社＝新技術の特許取得と販促・法務・生産性向上支援

事例を1件ご紹介します。私どもよろず支援拠点とINPIT知財総合支援窓口で対応した建設関係の株式会社A社様です。

A社は工法に関する新技術を開発しましたが、どうやって広めたら良いかがわからない、というお悩みをお持ちでした。INPIT知財総合支援窓口では特許取得の支援をしながら“どう広めるか”を模索する中で、よろず支援拠点と連携が始まりました。

よろず支援拠点では販促面の支援、法務面、生産性向上という3人のコーディネーターが対応し、INPIT知財総合支援窓口といろいろ進めて行った結果、最終的には特許も取りました。工法の商標も取得しました。販促面ではプレスリリースを使いながらテレビ取材を受けたり、露出の面が上手になって知名度も広がっていきました。



同社の社長はとてもやる気があって、技術に関する表彰も受けています。これでさらに知名度を上げています。

よろず支援拠点とINPIT知財総合支援窓口の連携セミナーを開催

こうしたA社のような、よろず支援拠点とINPIT知財総合支援窓口が連携した事例の発表会を、オンラインでも開催しています。

令和3年11月には、連携して支援した企業様と、INPIT知財総合支援窓口の担当者、そしてよろず支援拠点からは私がパネリストとなり、ざっくばらんなトーク形式のセミナーを行いました。この時に支援した企業の社長から、“お互いの支援機関の使い方”を話していただけたのは、参加者にはとても参考になったのでは、と自負しています。

“連携”やって良かったなと相談者・事業者に感じてもらうことが大事

一口に“連携”と言いますが、“連携”で一番何が大事なのは“事業者様のメリット”なんです。私たちを使って良かったと思っていただけるようにする、それが“肝”だと思います。“連携”が目的ではなく、連携することで相談者様に喜んでいただく、「やって良かったな」と感じていただくことが、あるべき“連携”の姿だと思っています。

大きな成功事例として発表できない案件も含めて、細かいことでも1つ1つ成果を積み上げて行き、「ああ良かった」という声を増やすことを大切にしたいと思います。そうすれば地域の各企業の間で“連携”の知名度も上がりますし、「連携しようね」という支援側の各担当の意気込みも違ってきます。それが一番大事だと思っています。



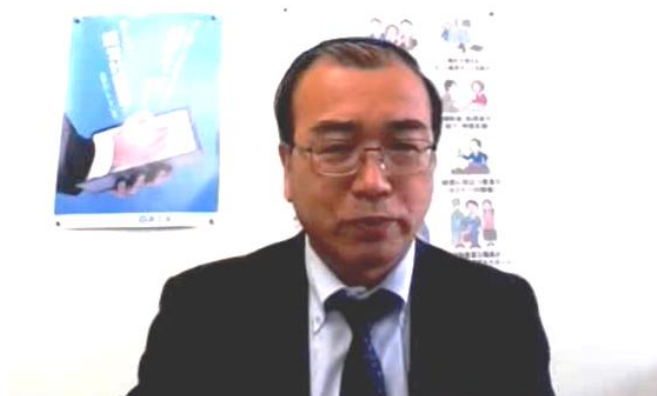
よろず支援拠点HP <https://yorozu.smrj.go.jp/>

広島県央商工会 事務局長 中島茂樹氏

INPIT広島県知財総合支援窓口と連携しながら小規模事業者を支援

中島氏：広島県央商工会は、広島県のちょうど中央部にあります。東広島市の北部3町（豊栄町、福富町、河内町）を中心に活動しています。

たいへん長閑なところで、3町の人口は合わせて約11,000人です。現在約340の事業者の方が会員で、いろいろなサポートを行っています。今日は私たちの“小規模事業者支援”としてINPIT広島県知財総合支援窓口と連携しながら進めた支援事例を2つご紹介します。



“これまでやってきたことを、商品に名前として残したい”という想いに応えるために

小規模事業者と言いますと、代表者1名の会社とか、娘さんと2人の会社とか、主にごく少人数で経営されている方々です。

その事業者が“これまでやってきたことを、商品に名前として残したい”という想いがあって、それなら商標登録してこれからも頑張っていきましょう、とバックアップをし

した。そうした事例を2つご紹介します。

1例目は木材店です。お店の紹介パンフレットにも記載している、代表者が大切にしている言葉を、令和4年2月に商標登録しています。

2例目は、ぶどう園の商品の商標登録です。広島県央商工会では事業承継も支援しています。その聞き取りの中で娘さんが「父の代から、この名前を大切にしてきたんです」とおっしゃった。それなら商標を取って商品として広く販売してはいかがでしょう、とご提案したことがきっかけです。

お父様が20年、30年とブドウ園を続けてこられた集大成として、今回、娘さんへの事業承継の際に商標として登録を進めた案件となります。

多くの事業者の方が、ずっと長く続けていた実績ある知財の存在に気付いていない

実は、事業者の方がずっと長く続けていた実績ある知財の存在に気付いていないことが、非常に多い、もったいないです。そこで、1つずつの商品あるいはメッセージの商標登録を広島県央商工会ではサポートしています。

“連携”の音頭をどこが取るか、ですが、私たち県央商工会では商品開発に関する専門家やデザイナーの派遣もしています。そうして商品になる前から、事業者の方に気づいていただくための取り組みを行っています。

知的財産の活用

INPIT広島県知財総合支援窓口と連携

★県央エリア・・・小規模事業者が多い。個者では販路拡大につながらないが、まとまると販路拡大、事業の拡大・多角化へつながる。

あるべき姿
へ向け

ブランド構築（商標取得）

個⇒群での展開

- ① 知名度UP
- ② リピート率UP
- ③ ビジネスチャンス 商談会
- ④ プレミアム（付加価値）
- ⑤ 広告宣伝
- ⑥ 売上拡大

ブランド構築 ⇒ 育成 ⇒ 拡大

各事業者が個別に商品開発や販路開拓に苦闘するより地域・商品を1ブランドとして発信する

私たちの担当エリアは小規模事業者がとて多い中山間地域です。個のアイデアだけでは、ブランド構築もままなりません。そこで会員企業が群れとなって展開してゆくことで知名度アップやリピート率アップなどを達成して、商工会が主導して商標取得を行っています。

例をあげますと、マルシェを主催しています。広島県央商工会で“セントルマルシェ”という商標を取得して、1つのブランドとして事業を進めています。

もう1つの“広島へそ井”は、約10年前に広島県央商工会の青年部が開発しました。これで団体商標を取りまして、会員企業の皆様にはその傘下に入っていて、しっかりとビジネスを広げていこうとしており、商工会としては小規模事業者の方々を様々な形でサポートしています。

広島県央商工会事業



セントルマルシェ
商標種別：商標
申請者：広島県央商工会
令和2年3月11日 登録



『広島へそ井』
商標種別：団体商標
申請者：広島県央商工会
2011年青年部がメニュー開発
令和3年4月13日 登録



事業者の気づきを1つでも多く商工会から啓発してゆく、また、少しでもチャンスがあれば商工会からINPIT知財総合支援窓口へつなぐ形で仲介者の役割を果たし、知的財産の有効活用を推進しています。

広島県央商工会

お電話は、お問合わせ先 TEL 082-437-0180
受付時間 8:30～17:15（土・日・祝日除く）

トップページ 新型コロナウイルス感染症対策情報 covid-19 業務内容 Service 会員紹介 Members 商工会インフォ Information アクセス Access 個人情報保護 Privacy Policy

商工会からのインフォメーション

第11回セントルマルシェ出店者募集

開催日：2023年3月1日（最終更新日時：2023年3月1日）カテゴリー：お知らせ

第11回セントルマルシェ出店者を募集致しますので、下記の要領をご確認いただき、申込書をご記入いただき先へFAV御送りください。

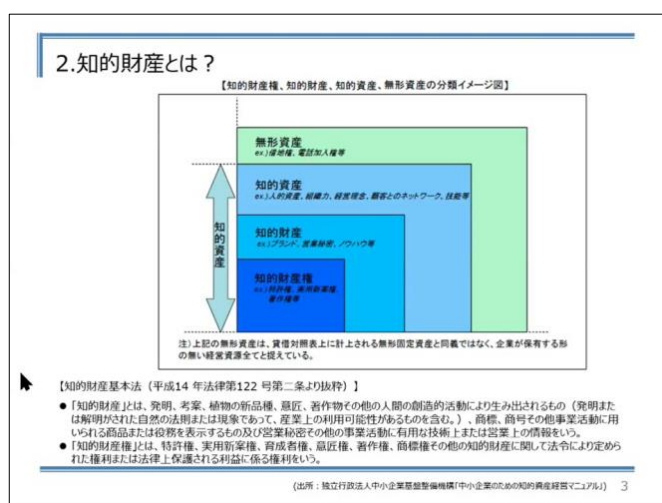
第11回セントルマルシェ
日時：令和4年4月17日（日）10時～16時
場所：コムミルクファーム

出店申込期限：令和3年3月10日（木）必着
申込書は、コムミルクファームへ

広島県央商工会HP <https://skk.hh-kenoh.jp/>

特許権などの“知的財産権”が知財のすべてだと 思い込んでいた

竹内氏：地域金融機関が知財に対してどんな取り組みをしているか、金融機関はどんな風を感じているかを皆様に知っていただくことで“連携”の肝になる金融機関のことがわかるのではないかと思います。そこで今日は金融機関の知財に対する認識を主体に私たちの取り組みをご案内します。



金融機関にとっては特許権などの“知的財産権”

が知財のすべて（濃い青部分）と思っていて、ブランドやノウハウなどの“知的財産”、経営理念や顧客とのネットワークなどの“知的資産”までは全く関係がないという認識の機関が多いと言えます。

また、このことが地域の中小企業の皆様と認識が全く同じで、知財セミナーのご案内をしますと「ウチには関係ないからね」という会社が非常に多いんです。

つまり、知的財産権しか知財だと思っていないところが課題と言えると考えます。従来の金融機関は企業のどこを見ているかと言いますと、当然ですが財務情報を見ています。バランスシートですね。このバランスシートの中に知的財産が資産の部で計上されているかというと、ほぼされておらず、金融機関もこれを見れていないのです。ここを金融機関がしっかり見ることができたら、会社への見方が変わってくる、と考えたのが私たちの取り組みのきっかけです。

様々な“連携”の取り組みから、取引口座のない 企業からの相談も入るようになった

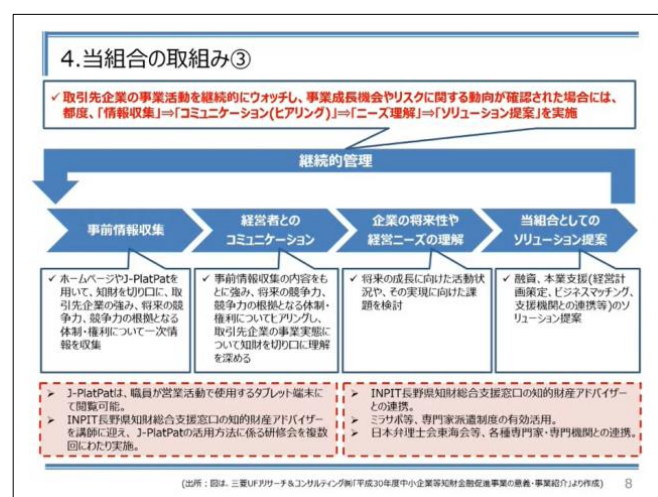
具体的には2017年から“知財ビジネス評価書”の活用を始めました。今は他の金融機関もさまざまな取り組みを始めています。

INPIT知財総合支援窓口とはずっと関わりを継続してはいますが、最近も長野県内で数社は伴走支援をお願いしています。また重点支援など様々な連携も行っています。そういった取り組みが奏功して令和3年に日本弁理士会知財活用支援大賞を受賞しました。

これをきっかけに、中小企業庁の“事業再構築補助金”申請に関しても、支援をする確認書を求める金融機関はどこか？と探されて、長野県信用組合に口座がない企業も当組合に相談に来る、という効果もありました。

“人・モノ・金・知財”の4つが中小企業の資産

この図は知財ポータルサイトに載せていますが、特許公報を無料で閲覧できるJ-PlatPatというのがあります。



これをINPIT知財総合支援窓口の力を借りて当組合に普及させました。当組合の700名の職員全員のタブレット端末に入っています。

知財を共通言語として経営者と対話がしたい、という想いからスタートした取り組みです。

コロナ禍で事業の再構築がまず必要ですし、将来どのような展開をするか改めて考えなくてはいけません。ですから経営デザインシートの作成支援にも一生懸命取り組んでいます。

これを策定する際もINPIT知財総合支援窓口の力を借りて、これから重点的にやろうと今年度も思っています。当組合がどんな支援を行えるか、企業が“なりたい姿”に近づけるための応援の策を考える仕組みを作っております。

ここには知財が欠かせません。人・モノ・金とよく言われますが、私たちはそこに“知財”を加えて考えています。この4つが中小企業の資産だと思っています。



事例1: 下請けで培った技術を活用して自社製品を開発、スピード重視の実用新案で販売開始

具体的な事例をご紹介します。当組合とINPIT知財総合支援窓口が連携した案件です。県内にある部品の製造会社が、今までにないペンのキャップを開発しました。その商品のブランディングに関する支援事例となります。

5. 具体的事例①	
当社の強み	● 金属製造技術、金型設計力、美観を持たせられる加工技術 ● 社長や複数の従業員が持つ企画ノウハウ ● 長年蓄積してきた技術ノウハウ
提案内容	● 強みの見える化 ➢ 当社のどのプロセスにどのような強みがあるかを棚卸 ➢ 従業員間でのノウハウ共有にもつながるはず ➢ 本人は当たり前を思っている、他者から見るとすごいものもあるはず ● 強みの源泉となる情報の管理（営業秘密管理） ➢ 当社ならではの強みが見えたら、その強みを維持するための管理が必要 ➢ 見学者が来た時に、本来的には見せない方がよいものもあるはず ● 強みの魅せる化（ブランディング） ➢ 当社の強みがわかったら、それを誰にどのように伝えるかが重要 ➢ 魅力化のコンセプトがたったら、ホームページのリニューアルや新たなキャッチフレーズ等を検討（商標権取得も検討）
社長の反応	● 3つの提案はいずれも非常に重要だと感じた。 ● まずは当社の強みを、従業員も気付けような取組に着手したい。 ● そのうえで、営業秘密管理やブランディングの取組へと発展させていきたい。両方とも今まで考えたことがなかったが、是非取り組むにあたって力を貸してほしい。

この会社は超高級車や高級オーディオのつまみを作っています。しかし下請け企業ですから注文をもらわなければ仕事にならないのです。

そこで、この高級車のために使っている技術を活用し、素晴らしい美観の筆ペンを作りました。この過程からブランディングを進めて商標を取っています。

特許権は権利成立までに時間がかかりますので、まずはスピード重視で 実用新案権を取得し販売に漕ぎつきました。この案件は、当組合の職員が飛び込みで入ってお話を聞くうちに、いつのまにか当組合が同社のメインバンクになっていました。

事例2: 自社で強みを持っていないが、その強みを意識していなかった

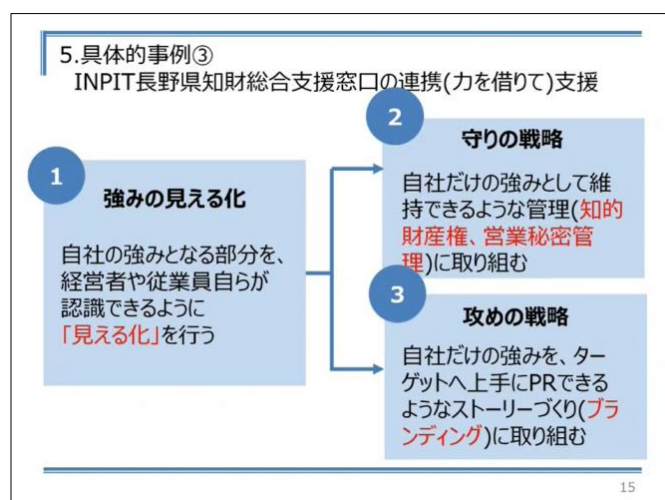
INPIT知財総合支援窓口の力を借りて、まさに1社で複数の“守り”と“攻め”の戦略を打った、という案件があります。これも知財ポータルサイトに出ております。

こちらは、英国式庭園の認定を取った素晴らしいパフォーマンスがある会社です。それまでビジネスの“守り”と“攻め”を全く意識せずに事業を進めていらっしゃいました。

その会社がある時、超一流ホテルが褒めるようなケーキのレシピを特許にしたいという相談を受けました。

この会社はアジアで初めて英国王立園芸協会のパートナーガーデンの認定を受けているのですが、その強みを活かしきれておらず、知財保護に関する従業員への周知徹底もあまりなされていない状況でした。

そのあたりをINPIT知財総合支援窓口と連携して重点支援を行い、専門家も複数入ったという事例です。



会社の経営者が金融機関に求めることは “自社の理解”

金融機関は、その会社の社長が何を求めているかを知らなければなりません。会社にとって一番身近な存在は金融機関です。ですから金融機関は、それを聞き取る力を磨いて、INPIT知財総合支援窓口と連携して解決へと導くお手伝いをします。

かつて金融庁が企業を対象にアンケートを取ったことがあります。“経営者は金融機関に何を求めていますか？”という問いに対して、回答が最も多かったのが“自社の理解”でした。そのためには、その会社の知財を知ることが最短距離だと考えて、当組合では日々取り組みを進めております。



長野県信用組合 HP <https://www.naganokenshin.jp/>

質疑応答

◆肥塚：中俣さん、月1回ペースでINPIT知財総合支援窓口とのミーティングはネタ切れにはなりませんか。

中俣氏：ならないですね。相談を受けた方の状況のフォローや、新しい課題ができて今こうなんです、といった話もあります。よろず支援拠点



とINPIT知財総合支援窓口からそれぞれ相談者の話題を出し合っていますと、ネタ切れで苦勞することはあまりないですね。

よろず支援拠点の相談者は、知財に興味が薄いので、機会を見つけて“屋号はどうですか？”といった声掛けをしてエントリー部分を作っています。また、実績ある企業には“今度INPITと話してみませんか”“今INPITに連絡するから電話してみて”など接点づくりを工夫しています。

相談者に対してどれだけサポートできて成果を上げられる、課題解決できます、というところが連携の良さだと思います。よろず支援拠点の得意なこと、INPIT知財総合支援窓口の得意なこと、また違う支援機関、国や県の施策などを紹介しながら、こんな会社にはこれが使える、という風に提案の力をたくさん出していきたいです。

実際に会って話すという定例会でコミュニケーションが進んでお互いの理解が進むというのは、とても大事です。お互いの向き合うスタンスなどは、年に1、2回の会合ではわかりにくいです。

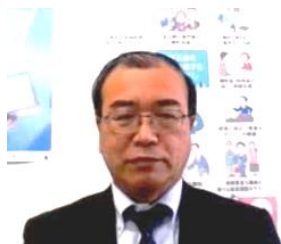
◆肥塚：よろず支援拠点の方とはもっと連携を深めたいと思っています。中俣さんはどうして知財への取り組みに積極的に向き合うようになったのですか。

中俣氏：もともと商標やブランドなどに関わる仕事をしていましたので、関心はありました。でも実際の申請の流れや費用などは知りませんでした。連携によって、そうした具体的なことを教われるのは、とても有意義です。“そんな費用で守れるなら...”といったことがわかると、相談者にも勧められます。

また、“特許なんて畏れ多くて”と言う方が多いですが、特許を取得するだけが知財じゃないことを連携で教えてもらったことも理解が深まりました。そうするとコーディネーターにもポイントを伝えやすくなりました。

◆肥塚：地域の方に商標の重要性を理解させるのは難しいかと思いますが、中島さんは商標についてお話ができるようになった経緯を教えてください。

中島氏：私の前職は知財とは関係のない仕事でした。この仕事をする中で、ブランドを立ち上げる、そして価値そこ



に見出すことは、事業者にとって大きな財産になることに気づきました。私たちがサポートしている小規模事業者は、まだまだ気づいていない部分が多いです。

日々、商工会の職員や経営指導員は、会員の企業を訪問して悩み事や、今度こうしたい、といった想いを聞きます。そんな時にちょっと検索してみて商標、ネーミングがダブっていないか、など基本的な確認作業をはじめとしたサポートやアドバイスをすぐできるようにしています。

◆肥塚：INPIT知財総合支援窓口の担当者が、まだあまりコミュニケーションが取れていない商工会の担当者とコミュニケーションを取るにはどうしたらいいでしょうか。

中島氏：事業者の方々は、いろいろな商品を作って道の駅やアンテナショップで販売しています。それを見て、良いネーミングがあったら“商標取ってますか？”と聞くといいと思います。確かに商標はハードルが高いと思われるかもしれませんが。それでも商工会とINPIT知財総合支援窓口が連携すればハードルも下げられると思います。

ただ、申請して拒否通知が来た時にどう対応するか、という引出しは持っておきたいです。

◆肥塚：確かに“ウチは小さい会社だから結構です”という会社もありますが、良いネーミングだった場合、売れた時に大問題になりかねないので、その辺の説明も必要かなと思います。

中島さんが広島のINPIT知財総合支援窓口とよく情報交換されているのはお話から感じられましたが、INPIT知財総合支援窓口の担当と仲良くなったきっかけは何ですか。

中島氏：INPIT知財総合支援窓口の担当者の方は、遠くてもこまめに足を運んでくれます。少し遠くにある事業者を訪ねる時もきめ細かく対応しています。さらに、いつも積極的にアドバイスしてくださるので、こちらの不安がなくなるんです。

いくらこちらが“商標取得、頑張りましょう”と言っても事業者は“でもねえ”となって、継続的なサポートが大切なんです。INPIT知財総合支援窓口とは定期的な会合はありませんが、日々起こる案件でスピード感を持ってサポートしてもらえるのがありがたいですね。

◆肥塚：竹内さんにおうかがいしたいのですが、2017年に結ばれた包括連携協定について、金融機関から見て協定の締結にどんな狙いがあったか教えてください。

また、今何年か経って、その狙いの実現度はどうか、金融機関とINPITの連携はどう作用しましたか。

竹内氏：包括連携協定につきましては、締結することよりも、何をやるかが課題だと思っていました。



私たち金融機関は経営者に非常に近いところにいまして、社長の悩みを聞ける立場にいます。そういう中で、知財の概念を広げて相談を受けるケースは多くありました。

金融機関は聞き取って来ることはできますが、解決する力はないと思っています。そこで専門家の力を借りるために協定が必要だったのです。ということで私たちもINPIT知財総合支援窓口を訪問して、事業展開が始まりました。実際、協定によって連携の頻度も増えました。その中で、まず経営者に気づきを与え、金融機関も気づか

なくてはいけないということが重要でした。

両者が気付くことができれば、後はINPITの力を借りて解決へと向かっていきます。

地域の金融機関というのは、地元の会社と一蓮托生です。運命共同体で、会社が傾けば私たちも傾きます。そこで、同じ目線で課題を解決するためにINPITの力を借りる、そのために包括連携協定を結んでおけばたやすい話になると考えていました。

経営の課題については、経営者が発信しています。それを全職員が理解できるかというと、これは簡単ではありません。早速INPITに依頼して、知財に関するスキルをアップするための研修会を複数回催しました。支店長だけでなく、興味のある職員にまで参加者を広げました。包括連携協定は書面を交わすだけでなく、INPIT知財総合支援窓口を身近に感じることができました。そうして、私たち職員がスキルをアップするために使われています。

実際に支援の現場には、複数の職員が帯同して経営者を訪問します。複数で行って話を聞くことが、職員の成功体験につながっています。それは経営者に感謝されるからです。

INPITと接点を持つことで、会社の業績が向上し経営課題の解決も図ることができ、一緒に成長しあえるのです。これによって地域の企業と、より一層近い関係が構築できます。これが包括連携協定の1つの成果です。

◆肥塚:INPIT知財総合支援窓口が連携を考えるにあたり、他県の金融機関にどういう提案をしたら興味を持ってもらえるでしょうか。

竹内氏:私は常々“長野で知財金融といえば『けんしんBANK』”と言われたと思っています。“知財の課題の困りごととは、あの金融機関に聞くと早いよ”という流れを作っていけると良いのではないのでしょうか。

“知財関連の悩みを聞いてINPIT知財総合支援窓口につないだら、いつの間にかその会社のメインバンクになれた!”という成功体験はとても効果があると思います。

◆肥塚:最後に一言ずつお願いします。

竹内氏:金融機関は知財に対する知識はあまり持っていないのです。そこで知財に関して専門的な知見を有するINPIT知財総合支援窓口の担当者をお連れする。それだけで経営者に金融機関が感謝されます。これを地域の金融機関に気づかせたいかがでしょう。金融機関は経営者とINPIT知財総合支援窓口をつなぐだけで良い効果があると思ってもらえれば良いのではないのでしょうか。

中島氏:商工会はたくさんの会員企業を持っています。その中にはきっと宝が隠れています。チャンスはたくさんあると思います。経営指導員は日々、経営者からいろいろな相談事を受けています。その気づきを1つでも多く、宝の山の中から探していただければと思います。

中俣氏:INPIT知財総合支援窓口の方々は思慮深い方が多いと思います。知財はマイナーと思われるかもしれませんが、そんなことはありません。もっと積極的に私たちに声をかけてください。「商標の取り方わかる?」とか「こんなこと知ってます?」とか、支援機関はとってもハードルが低いと思います。それをきっかけに連携を深めていくのも有りだと思いますので、明るくオープンに、よろしくお願いいたします。

※本記事は、2022年4月末に開催された全国のINPIT知財総合支援窓口を受託している事業者の責任者を対象とした研修において行われたパネルディスカッションの内容を再編集したものです。

