

**Point!** 「知財を通じた業務把握、経営目標・経営課題を深掘りする」

### 支援内容サマリ

課題

#### ● 課題の内容

- ✓ 製品コンセプトの強化、経営資源の棚卸し、不足経営資源の認識
- ✓ 事業ドメインの再確認、外部連携方針の確立、連携方法の考案
- ✓ 経営ビジョン・経営目標の再確認、経営課題・知財課題の優先度設定

支援

#### ● 支援の内容

- ✓ 顧客視点の提供、競合の理解促進、標準との差異、妥当性評価
- ✓ 顧客関係の強化、知財専門知識の提供、外部連携基準・アイデア創出
- ✓ 経営者の理解者、戦略オプションの提示、外部環境に関する情報提供

成果

#### ● 支援による成果

- ✓ 商品コンセプトや『特殊衣料らしさ』が何かを深く考えるきっかけとなった。
- ✓ 自社知財活動の現状を理解し、一貫した知財戦略の重要性を意識した。
- ✓ 自社経営資源の状況を把握でき、経営力強化の必要性を感じるに至った。

### 企業概要

所在地：北海道札幌市西区発寒

従業員数：175人 うち役員3名 正規59名(内障害者24名 非正規116名)	代表者：池田 啓子
資本金 4000万円 売上高 13.9億円	
<b>★沿革と事業内容</b> ・リネンサプライ事業(病院、福祉医療施設など) ・清掃事業(病院、医療福祉施設など) ・福祉用具の自社開発、製造(自社、OEM)、販売、レンタル。住宅内装改修	<b>★保有知的財産権</b> 特許：10件(出願中含む) 実用新案：0件 意匠：5件 商標：4件
<b>★経営課題</b> 3事業がよく調和し順調に事業が成長している中、中長期の経営ビジョンを明らかにすることで、持続的な成長が期待できる。経営目標の設定、事業ドメインの明確化、商品コンセプトの強化を支援対象の優先経営課題と考えた。	<b>★知財総合支援窓口使用状況</b> 知財総合支援窓口の存在は知りつつも、支援開始の時点では積極的に利用していなかった。知財の支援は専門性が高く独立したものと捉え、経営支援と繋がる感覚は薄かった。



### 今回の継続派遣の対象

支援当初は自社で開発している福祉用具、その中でも新市場展開を意識しているabonetに絞ったものであった。支援を重ねていくにつれ対象が、福祉用具全体→ものづくり事業全体→会社全体へと移行していった。知財を介して自社の状況を見つめるにつれ、知財の課題に繋がる経営の課題へ意識が向き、支援要請が広がっていった。



### 継続派遣を受けて変わったこと(相談者の感想)

- ・権利化された知財だけでなく、営業秘密やノウハウなどについても意識でき、知的財産に関する概念が広がった。
- ・模倣品対策への具体的アドバイスから自社ものづくりの特性や考え方の整理など多くの支援を受ける事ができた。
- ・知財を介して自社経営資源の状況を把握でき、支援を受ける側の意識の重要性、経営力強化の必要性を感じた。

### ● 支援の概要

#### ● 担当した専門家(リーダー、同行専門家)

リーダー 藪田 安之(中小企業診断士@東京)  
(一級建築士、知財管理技能士)  
同行専門家 山中 文雄(中小企業診断士@札幌)  
富田 尊彦(弁理士)

弁理士

中小企業  
診断士

#### ● 支援計画の概要

- ・知財の支援が、経営の支援に結びつくよう意識し、会社全体に対して広く課題を設定した。
- ・小さな知財課題の解決だけでなく、大きな経営課題の深掘りに繋がる支援を計画した。
- ・支援先の要望に合わせて、柔軟に支援対象や支援スコープを調整するように心掛けた。
- ・支援先の受入体制に合わせて、支援メニューを適宜調節し、支援の理解・浸透を促した。
- ・本支援終了後も会社の成長に資する外部支援の実現を目指し、支援体制づくりを意識した。

1回目	事業沿革、事業内容の理解、経営者・事業実施体制の読み取り、事業・商品コンセプトの理解
2回目	経営目標、経営理念、経営ビジョン確認、社員組織、自社ポジション、支援スコープ確認
3回目	業務プロセスの調査分析、商品理解、経営資源把握、経営目標具体化、知財課題の優先順位設定
4回目	中間報告会の実施、具体的な改善プロセスの説明、改善対象の検討、支援スコープの再確認
5回目	改善ロードマップづくり。改善小テーマ設定、改善手順の考案、PDCA・進捗確認方法の提示
6回目	支援のまとめ、支援の効果・浸透度の把握、今後の課題と継続支援体制の整備

### ● 専門家活用のポイント

#### 1) 藪田 安之(中小企業診断士、一級建築士)

- ・どのような支援が望まれているのか、支援全体を俯瞰した上で、支援計画をつくり実行した。
- ・支援先企業のニーズに応じて、支援内容を柔軟に調整し、支援効果が高まるように意識した。
- ・社内におけるものづくり事業の位置づけを把握し、事業の方向性を考える為の支援を行った。
- ・商品コンセプトを理解し、買い手目線、顧客目線によって商品力強化に繋がるアドバイスをを行った。
- ・会社の状態をつぶさに見つめ、将来に向けて整える経営資源について議論する場をつくり上げた。
- ・経営課題を深掘りし、解決すべき課題の優先順位や戦略オプションを支援先企業と共に考えた。
- ・本支援終了後の外部支援の在り方を視野に入れ、中長期の支援体制と受入体制の整理に努めた。

#### 2) 富田 尊彦(弁理士)

- ・支援の細部を見つめ、支援リーダーに対して知財の専門家としてのフィードバックを行った
- ・模倣品対策として、具体的な対処方法を指南し模倣品が出現した場合の考え方を伝えた。
- ・自社が守りたいものは何かを考え、会社としての知財戦略の必要性を指摘した。
- ・自社の知財戦略を考える上で必要となる知識を提供し、情報の入手方法を伝えた。
- ・知財の支援と経営の支援の連続性、本支援と以後の支援の連続性を意識しアドバイスをを行った。

