

# 「令和3年度 知的財産を活用した伴走型支援事業」 知財活用事例集

## 事業の目的

- 知的財産戦略の課題を抱えている中国地方の中小企業等に対し、専門家支援チームを編成しハンズオン支援(専門家派遣による支援)を実施することで、知的財産経営を実践する先進的な事例を創出し地域全体に波及させるとともに、新たに知的財産経営に取り組む中小企業等の成長につなげることを目的とする。

## 事業概要

- ハンズオン支援先となる中国地域内に本社のある中小企業等(以下「ハンズオン支援先企業」という。)を4社に対して、日本弁理士会に属する弁理士及び専門家がチームとなり、ハンズオン支援先企業に知的財産経営を実践する先進的な事例を創出するための効果的な支援を行った。

- 1社3回

- 支援専門家 / 弁理士 によるチームで実施

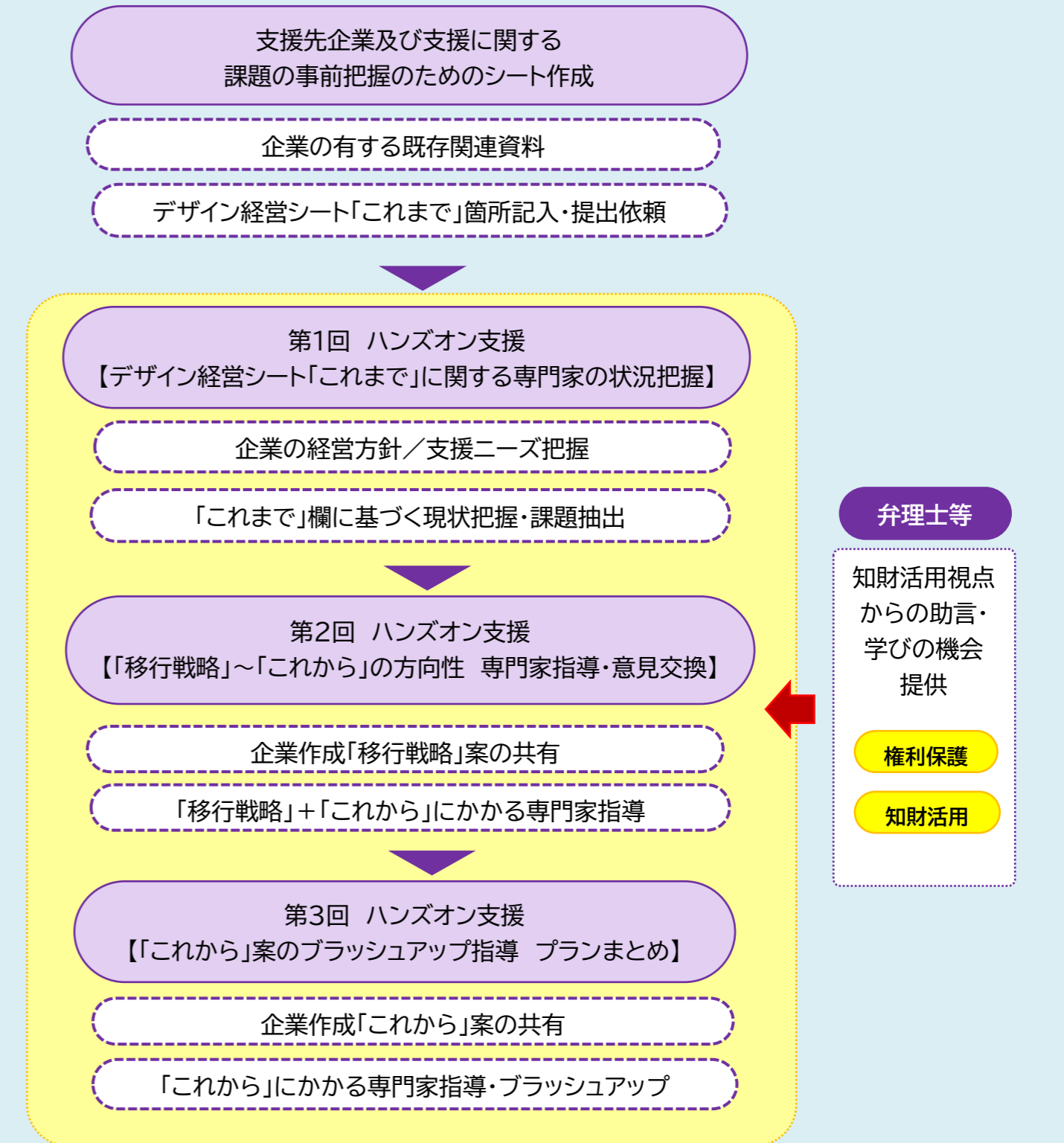
- 支援専門家の主な役割

- ・ 企業の課題解決に有効な支援プランの立案

- 弁理士の主な役割

- ・ 企業の支援プランへの知的財産的見地からの支援
- ・ 企業及び専門家への知財知識普及、意識向上促進

## ハンズオン支援の実施フロー



**企業モデルと  
支援テーマ**

- 地域に愛される老舗和菓子店として、質の高い和菓子のブラッシュアップと店舗パッケージを含めたトップブランドを構築したい。
  - 商品の価格帯にあわせたマーケティング戦略、オンラインショップでの販路を拡大したい。
- 【業種】和菓子製造販売

知的財産活用  
に求めるニーズ  
(テーマ類型)

- 企業ブランドの知名度を高めたい
- 商品・サービスのブランド価値を高めたい
- 他社に対して自社ブランドを保護したい
- 新たな商品・サービスを権利化したい
- 従業員の企業ブランドの意識を高めたい
- 知財を活かした販路・顧客を開拓したい
- 知財により商品・サービスの品質を高めたい
- 顧客・取引先の信用を高めたい

事例における支援事業のプロセス

事業戦略の検討

● 事業支援に向けた課題・ニーズの整理

企業のもつ課題や既存の自社資源・ブランドを確認・整理し、必要なテーマの洗い出しを支援しました。

(事例)

- 事業テーマの整理  
(地域ナンバーワンの和菓子店になるためにできることは?/他社との差別化のためにできることは/看板商品としてどの商品を置くのか)

● 事業戦略の明確化

事業に必要な戦略的コンセプトの設定や販売戦略のポイントについてアドバイスしました。

(事例)

- 訴求コンセプトの設定  
(「お茶菓子で、一息つく」ことでもたらせる生活の豊かさの価値の提供)
- オンライン販売戦略の明確化(新規顧客の獲得)  
(ペルソナの具体的な設定とそれに基づく商品・サービスの検討等)
- オンラインショップの魅力化  
(売り方、魅力の作り方等を成功事例から取り入れる)

● 事業戦略の具体化

事業の実践にあたって必要なポイントについてアドバイスしました。

- 「オンライン」におけるブランドイメージの訴求強化  
(ブランドとして伝えたいイメージやファクトを「自社サイト」「SNS」「オンラインストア」などで一貫して発信)
- 新規顧客の獲得に向けた「オンライン販売戦略」の明確化(プロダクト、ブランドのペルソナ像を検討、設定し事業を展開)
- リピーター獲得に向けた体制構築(サブスクリプション販売などへのトライなど)

知財活用に向けた支援

● 知財活用への理解

事業化に向けた知財の活用の重要性やリスクについての理解促進を支援しました。

(事例)

- 販路拡大における知財活用の重要性  
(イメージ、メッセージをつなぎとめる知財活用)
- オンライン販売で生じる商標権侵害のリスクについて

● 知財活用戦略の構築

事業戦略と連動した知財を有効に活用するポイントについてアドバイスしました。

(事例)

- 商標権取得における自社商品の見極め  
(今後に向けて、看板商品及び差別化商品に関して各商品を再度整理し商標登録を検討することが重要)
- 商品パッケージなどの意匠に関する産業財産権の活用

● 知財活用にあたっての実践的支援

事業実施や商標権取得にあたっての実践的なノウハウ等について支援しました。

(事例)

- 商標権取得の判断基準の明確化  
(企業経営における商標権取得の判断基準を他社/者に権利を取得された際の費用、②商標権取得にかかる費用③他社/者に権利を取得される可能性の程度、の3つの視点から検討する)

支援にあたっての知財活用のポイント

● 知財を活用してオンラインで生じる商標権侵害問題へのリスクを回避する

オンラインショップにより、販路を拡大する場合、新たな競合他社との商標権侵害問題へのリスクが拡大する可能性があり、商標登録により商品や企業を守る重要性が高くなります。

● 商品や企業イメージをつなぎとめるために、知財を活用する

新たな商品や企業イメージを売り出すにあたっては、顧客をつなぎとめるイメージやメッセージを考えた上で、売れる商品、固定客のつく商品を優先し商標登録を進めることが重要。産業財産権につながるパッケージの意匠についてもあわせて展開を考えていくことも必要です。

● 商標権取得については、経営戦略を踏まえ判断

商標登録にあたっては、権利取得のコストも必要となることから、まず、企業経営の中で知財活用(商標登録)をどう位置付けるかを考え、競合する他社の動向をみずえ経営判断する事が肝心です。

支援を受けた企業の声/支援専門家・弁理士からのアドバイス

〈支援を受けた企業の声〉

商標に関して、これまであまり意識したことがなかったが、その重要性に関して、アドバイスいただけて、とても勉強になり整理できたことが非常に多かった。オンラインショップに関しても、具体的な方向性が見えてきたので、これからは活かしていきたいと思います。

〈弁理士からのアドバイス〉

商標の価値は一つに、同ブランドの商品の買い足しを促したり、ブランドがある事で満足感を与えるものという要素がある。その為、売れる商品に商標を取得することが、消費者にも企業側にも安心感を与えることに繋がってくる。パッケージの意匠も付加価値として商品の価値を高める。パッケージ会社とのお話にも産業財産権が関わってくることを意識して欲しい。

企業モデルと支援テーマ

- 家具販売事業として起業、拠点となる地域の自然などを活かしたウェディングやグランピング、書店販売へと新たな事業展開を拡大する中、新たな顧客開拓に向け、知財を活用し情報発信や企業広報戦略を進めたい。
- 【業種】 家具販売業、ウェディング事業、宿泊業など

知的財産活用  
に求めるニーズ  
(テーマ類型)

- 企業ブランドの知名度を高めたい
- 商品・サービスのブランド価値を高めたい
- 他社に対して自社ブランドを保護したい
- 新たな商品・サービスを権利化したい
- 従業員の企業ブランドの意識を高めたい
- 知財を活かした販路・顧客を開拓したい
- 知財により商品・サービスの品質を高めたい
- 顧客・取引先の信用を高めたい

事例における支援事業のプロセス

事業戦略の検討

● 支援に向け必要な戦略テーマの整理

課題や既存の自社資源・ブランドを確認・整理し、情報発信や企業広報に向けて必要なテーマの洗い出しを支援しました。

(事例)

- 企業理念に基づく事業コンセプトの検証  
(ウェディングの事業戦略の明確化、起業理念や事業のブランド価値の検証等)

● 事業戦略の明確化

新たな事業サービスの効果的な展開と情報発信や顧客獲得に関する戦略についてアドバイスし、戦略づくりを支援しました。

(事例)

- 長期に及ぶリピーター\*ファン創出を可能にする事業のリ・デザイン  
(ウェディングフォトサービスを、各事業と結ぶフォトサービスへ展開など)
- 顧客目線での情報発信による顧客獲得  
(顧客の動き(行動・思考・感情)の見える化に基づく情報発信)

● 事業の広報・顧客獲得戦略の具体化

事業展開する上での情報発信や顧客との接点づくりに向けた手法などをアドバイスし、戦略の具体化を支援しました。

(事例)

- デジタルによる情報発信とアナログでつながるサービスの提供  
(InstagramなどのSNSによる情報発信と人や地域とつながる温かみのあるサービスの提供)
- ファンコミュニティ化に向けた広報・顧客獲得手法  
(SNS等を活用したユーザー同士がつながるファンコミュニティサイトなどによる優良ユーザーの獲得)

知財活用に向けた支援

● 知財活用への理解

新規事業に向けた知財活用の重要性についての理解促進を支援しました。

(事例)

- 新たなビジネスモデル開発に際しての知財活用(商標登録)による有用性について  
(商標登録による類似サービスからの保護とサービスの品質管理を図る)

● 知財活用戦略の構築

新たな事業サービスを展開する上での知財活用のポイントについてアドバイスしました。

(事例)

- 事業開発段階での商標権取得について  
(自社のサービス、イメージを他社から守るために、早い段階からの商標取得を準備することが重要)
- ハウスマーク(企業名)とファミリーネーム(具体的な商品やサービス名)の各々の認知度をふまえた商標取得

● 知財活用にあたっての実践的支援

ビジネスモデルの知財化における実践的な留意点や新たな活用法等について支援しました。

(事例)

- 多様な商標パターンへの理解  
(ネーミング以外にロゴやキャラクター、最近では色や音、動きなども商標として活用できる)

支援にあたっての知財活用のポイント



新たなビジネスを「守る(保護)」「攻める(品質管理)」ための知財活用を

新たな事業を展開していく上で、事業の検討段階から早めに商標登録を行うことにより、類似サービスから保護する「守り」の戦略、新たな事業を展開していく上で、サービスの品質を維持・管理する「攻め」の戦略の両面から知財活用(商標登録)の準備を検討していくことが必要です。



どのブランド価値を高めることを優先すべきか考え段階的な知財活用を

新たな事業を発信する上では、ハウスマーク(企業名)とファミリーネーム(具体的な商品やサービス名)のどちらが商標取得を優先すべきか他社からの権利侵害のリスク検討をふまえて経営戦略に応じた段階的な知財活用の検討が必要です。



商標権取得については、経営戦略を踏まえ判断

商標登録はネーミングが中心であるが、ロゴやキャラクター、最近では色や音、動きなど新しい商標もでてきており、類似性の高い商標への注意も必要となっています。新たな商標は早い者勝ちのところがあり、スピード感が大事になっています。

支援を受けた企業の声/支援専門家・弁理士からのアドバイス

〈支援を受けた企業の声〉

今まで、商標に関して、あまり興味関心がありませんでしたが、今回支援を受けてみて、事業を考える上で、重要だということがよく分かりました。また、経営デザインと合わせて考えることで、自分たちの企業が何を目指さないといけないかがはっきりと見えた気がします。今回助言頂いた内容は必ず実践していきたいと思います。

〈弁理士からのアドバイス〉

自社のサービス、イメージを他社から守るために、商標の取得は重要である。事業を検討する段階から、商標取得を視野に準備を進めていくことが重要である。商標は早い者勝ちのところがあり、スピード感も必要である。

企業モデルと  
支援テーマ

- 地元の食材にこだわった食品製造業として、弁当や高級料理仕出しの販売等を展開している。
  - 地域の厳選された食材を使用した商品を企業ブランドとあわせ、これまでに取得してきた知財を有効活用し全国に通用するブランドへと拡大したい。
- 【業種】 食品製造業、給食業、レストラン経営 等

知的財産活用  
に求めるニーズ  
(テーマ類型)

- 企業ブランドの知名度を高めたい
- 商品・サービスのブランド価値を高めたい
- 他社に対して自社ブランドを保護したい
- 新たな商品・サービスを権利化したい
- 従業員の企業ブランドの意識を高めたい
- 知財を活かした販路・顧客を開拓したい
- 知財により商品・サービスの品質を高めたい
- 顧客・取引先の信用を高めたい

事例における支援事業のプロセス

事業戦略の検討

● 企業ブランド、商品ブランド化に向けた課題・ニーズの整理

既存の自社資源・ブランドを確認・整理し、ブランド化に向けて必要なテーマの洗い出しを支援しました。  
(事例)  
□ 企業理念をあわせた「高級商品群」のリ・ブランディング  
(「手作りの食品製造にこだわる事業理念」をふまえたブランド・コンセプトの見直し等)

● 事業戦略の明確化

「高級商品群」のリ・ブランディングに向けた事業戦略についてアドバイスし、戦略づくりを支援しました。  
(事例)  
□ 全国に通用するブランド力向上に向けたリ・ブランディング戦略  
(手作りのこだわり、日本の伝統的な食文化を提供するブランドメッセージの見直し、コミュニケーション・デザインの再構築等)  
□ 「高級商品群」の価値を訴求する事業戦略の検討  
(ブランド・コンセプトを象徴する商品・サービスなどの新たな投入等)

● 事業戦略の具体化

全国ブランドへ展開するための情報発信、販売展開の手法などをアドバイスし、戦略の具体化を支援しました。  
□ 企業の販売力の高い主力商品に的を絞った「高級ブランド群」の訴求力拡大  
(まず販売実績の高い主力商品を突破口にした販売拡大を展開することでブランドの認知を広げる)  
□ 全国の同業他社との連携による販路拡大(伝統的な食文化を提供する他事業者を同じふるさとブランドとして連動等)

知財活用に向けた支援

● 知財活用への理解

既存の商標のリ・ブランディングに向けた知財活用のポイントについての理解促進を支援しました。  
(事例)  
□ リ・ブランディングの目的を明確にし、伝えるメッセージを明確にする  
(企業としてブランドをどう進めるか考えた上で、伝えるメッセージ、イメージを明確にする)

● 知財活用戦略の構築

販売展開の拡大に合わせ必要となる知財活用のポイントについてアドバイスしました。  
(事例)  
□ 全国展開を見据えたわかりやすいブランドメッセージの再構築  
(全国ブランドとして通用する、わかりやすいメッセージ、コンセプト、ロゴマーク、パッケージを考案することが必要)

● 知財活用にあたっての実践的支援

全国展開に向けた商標登録の見直し等の実践的なノウハウ等について支援しました。  
(事例)  
□ 同業他社との連携による業務拡大における既存の商標登録の見直し  
(他社とのタイアップによるブランドの多品目化に備えた商標登録の品目の範囲の見直し等)

支援にあたっての知財活用のポイント



既存商標のリ・ブランディングにより知財の有効性を向上する

企業動向や経済情勢の変化により、取得してきた知財活用の目的・役割も変化します。企業の経営戦略にあわせた、既存商標のリ・ブランディングにより、知財の価値を高め、ブラッシュアップを進めることも知財活用の重要なポイントです。



事業展開の拡大内容にあわせ、既存商標の登録の見直し・拡充が必要

販売品目の拡大や他業者との連動など、事業展開を拡大する場合、取得している商標の登録内容・条件の範囲を超えた展開も想定されます。今後の事業拡大を見据えた早い段階での登録内容の見直しを準備していく必要があります。



全国ブランドとして幅広く展開するわかりやすいイメージ、メッセージを設計する

ブランドを全国的に発信し、活用していくためには、全国ブランドとしてわかりやすいブランドメッセージやデザイン等を整えるとともに、全国展開に向けたレギュレーションを準備することも大事です。

支援を受けた企業の声／支援専門家・弁理士からのアドバイス

〈支援を受けた企業の声〉

商標、知財イコール、自分たちの財産について真剣に考えるいい機会になった。企業としても、新しい展開に踏み出そうとしている時期であり、この事業にこのタイミングで出会えたのはとても幸運だった。今回頂いた内容をすぐに実行に移し、必ずやいい方向に繋げていきたいと思えます。

〈弁理士からのアドバイス〉

商標というのは消費者に商品を選択してもらうための一つの目印、手段。ネーミング、ロゴマークのイメージ、パッケージに表現することができれば、消費者に手に取っていただく動機づけになる。そして、品質値段を含めたパフォーマンスが良ければ、リピーターになりブランドが確立する。そういった一連の流れの中で、商標取得は一つの手段であり、入口になるものだという意識を持つことが重要です。

企業モデルと支援テーマ

- 地域ケーブルテレビ会社として、地域に密着した映像を配信している。
  - これまで配信してきた映像コンテンツの豊富なストックを活用した新規事業を開発したい。
- 【業種】 放送・通信業、ケーブルテレビ会社

知的財産活用  
に求めるニーズ  
(テーマ類型)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 企業ブランドの知名度を高めたい                | <input type="checkbox"/> 従業員の企業ブランドの意識を高めたい            |
| <input checked="" type="checkbox"/> 商品・サービスのブランド価値を高めたい | <input checked="" type="checkbox"/> 知財を活かした販路・顧客を開拓したい |
| <input type="checkbox"/> 他社に対して自社ブランドを保護したい             | <input type="checkbox"/> 知財により商品・サービスの品質を高めたい          |
| <input checked="" type="checkbox"/> 新たな商品・サービスを権利化したい   | <input type="checkbox"/> 顧客・取引先の信用を高めたい                |

事例における支援事業のプロセス

事業戦略の検討

● 新事業開発に向けた課題・ニーズの整理

事業化に向けた課題や既存の自社資源を確認・整理し、事業化に向けて必要なテーマの洗い出しを支援しました。

(事例)

- 「地域密着」の強みを活かした、新たなローカル放送事業の開発  
(ローカル・パーソナルな映像情報というアーカイブコンテンツの利用価値を高め、活かす仕組みづくりの検討)

知財活用に向けた支援

● 知財活用への理解

放送(映像)コンテンツの配信・販売にあたっての知財活用についての理解促進を支援しました。  
(事例)

- 放送コンテンツの配信手法の産業財産権について  
(地上波放送にはないローカル放送の強みである「地域密着」を活かしたコンテンツの配信を活かし、そのコンテンツ配信サービスの手法を知財として活用)

支援にあたっての知財活用のポイント



システム(仕組み)を産業財産権として活用する

映像コンテンツの活用は映像のもつ著作権のほか、事例で示す蓄積された過去の映像コンテンツを自由に選択し閲覧でき、選択した情報がリサーチで活用できるシステム(仕組み)自体を産業財産権として保護し、活用することもできます。こうした新しい仕組み、アイデアを出す意識づけとして知財を意識して取組を考えていくことも重要です。

● 事業戦略の明確化

新たな事業戦略の戦略コンセプトや手法についてなどをアドバイスし、戦略の具体化を支援しました。

(事例)

- 地域の人を楽しみ、人と人をつなげる放送コンテンツの発信  
(地域の過去の映像から今を知る／市民のパーソナル映像の提供)
- 映像アーカイブの配信の仕組みを商品化する  
(映像インデックスリストなど、より見たいものを見れ、映像選択をリサーチ活用できる仕組みをつくり、他放送局への利用拡大を含めた事業展開を図る)

● 知財活用戦略の構築

事業戦略と連動した知財を有効に活用するポイントについてアドバイスしました。

(事例)

- 映像コンテンツの配信(販売)システムの知財活用戦略  
(過去の放送データのインデックスリストで選択し、その選択がリサーチ出来る仕組みなど、放送コンテンツだけでなく、システム(仕組み)を知財として活用できる)

支援を受けた企業の声／支援専門家・弁理士からのアドバイス

〈支援を受けた企業の声〉

これだけの部署が集まって、立ち止まって考える機会がこれまでなかったので、この機会はとても良いものであった。先生方のご意見とお聞きし、素晴らしい気づきがたくさんあった。次年度の経営計画を立てている時期であり、いただいた案を具現化することをしていきご報告が出来ればと思う。

〈弁理士からのアドバイス〉

新しい仕組みを考える際には、特許を取る事を目的とするのではなく、あくまでビジネス成功の観点でアイデア出しを行い、その仕組みを保護し得る或いは周知するツールの一つという位置付けて産業財産権を意識しながら、検討することが重要です。