

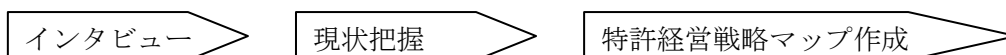
中小製造業が諸外国の低価格攻勢、大企業からの資本力に抗するには、開発・設計した製品を知的財産（以下特許と表現します）で保護することが不可欠です。下請け企業が提供された図面の品質を保証するだけでは、安泰といえる時代ではありません。安く造るノウハウを秘密として管理すること、他社の特許を使わせてもらうこと、自社製品を開発し、特許で参入障壁を創ることが生き残りに不可欠です。

経験を活かし「特許を経営に活かす」支援をさせていただきます。



#### 0. 特許経営戦略マップ作成

インタビューなどにより、貴社の知的財産（特許）活動、特許意識の現状を把握した後、全社数値目標と関連づけ、開発・設計目標、特許目標、業務プロセス改善、特許人材育成の計画作成間で作成の支援をさせていただきます。



#### 1. 技術動向調査による開発・設計テーマ選定

特定技術（機能実現手段）に対する特許マップ作成

\*特許マップとは

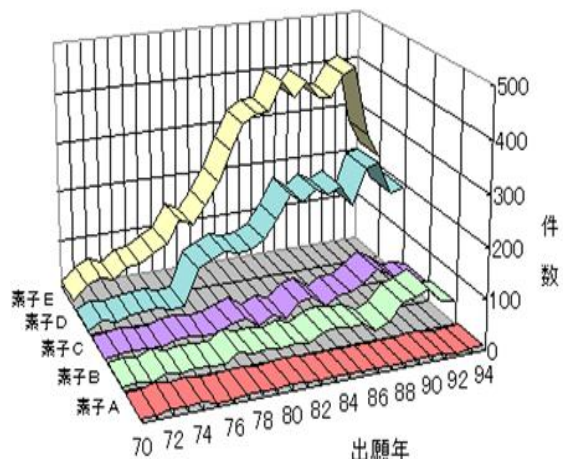
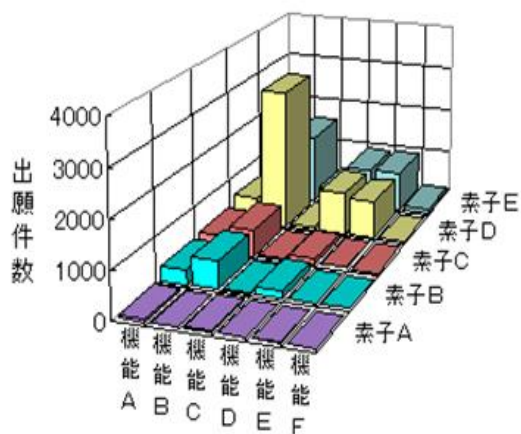
目的あるいは課題に対する手段をマトリックスにし、その交点に出願件数を記入し、課題に気付いたり手段の発明状況を把握し開発テーマを選定したり、また年度別調査目的に対する出願人別特許推移を図示し競合企業、業界を特定しチェックしていくなどに活用します。

図8 「マトリクス表示マップ」の例(表形式マトリクス表示マップ)

☆：他社 ★：自社

	信頼性		経済性		品質感		安全性		合計	
	調光	☆☆☆☆☆☆	★★★	☆☆☆☆☆☆	★★★★★★	☆☆☆☆	★	☆☆☆☆	★★	20
									12	
熱線反射	☆☆☆☆☆☆	★★★★★★	☆☆☆☆☆☆		☆☆☆☆☆☆	★★	☆☆☆☆	★	21	31
									10	
遮光	☆☆☆☆☆☆		☆☆☆	★	☆☆☆☆	★	☆☆☆☆	★★	16	20
									4	
合計	16	26	15	22	14	18	12	17	57	83
	10		7		4		5		26	

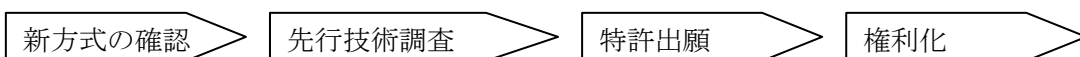
「合計」欄：上段他社、下段自社の権利数



## 2. 開発・設計品に関連する特許調査

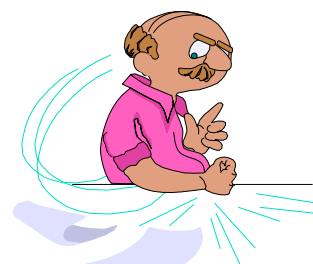
他社特許侵害防止の為の先行技術調査を致します。

新しい方式を採用した手段をインタビューで確認し、その方式に関連する先行技術を調査し報告します。類似技術が見つからなかった場合は、次のステップとしての特許出願の支援をさせていただきます。

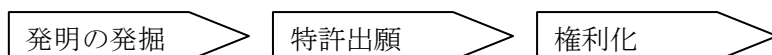


## 3. 発明の発掘、特許出願支援

設計者は日常的に安くしかも信頼性高い設計を心がけています。その過程で発明が生まれることがあります。しかし、設計者は発明と



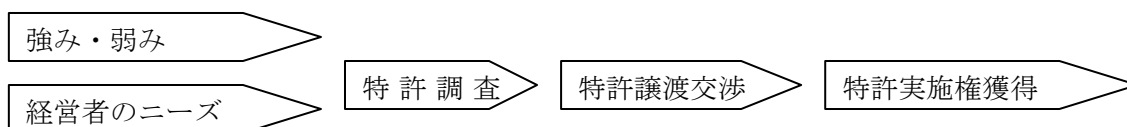
気付かずに製品を市場に出し、その発明を無償で公開してしまうことが多くあります。設計した物が売れるという保証はありません。開発・設計のリスクを軽減する意味からも発明を発掘し、特許出願をし権利化することは設計者の使命であり特許を経営に活かす経営者の役目です。



- ① 設計者に対する発明発掘の気付け方、方法
- ② 強い権利をとるための特許請求範囲の書き方
- ③ 特許明細書の書き方

#### 4. 欲しい特許の検索、紹介、通常実施権交渉

今やゼロから新技術をものにする時間的余裕は多くの企業で持ち合わせていないでしょう。政府も支援している他社の発明した特許を安い実施料で譲り受ける事を提案します。権利化された特許も製品在庫と同じように、死蔵化されているものも多くあります。自社のニーズにあったものを見つけ、導入することによって、新分野進出あるいは新規事業をリスクを小さくして参入が可能になります。特許実施料は売上の3%程度が相場のようなようです。



- ① 当社の強み・弱みインタビュー
- ② 経営者のニーズインタビュー
- ③ ニーズにあった特許調査
- ④ 特許譲渡打診

# 当社の今後の方向付け

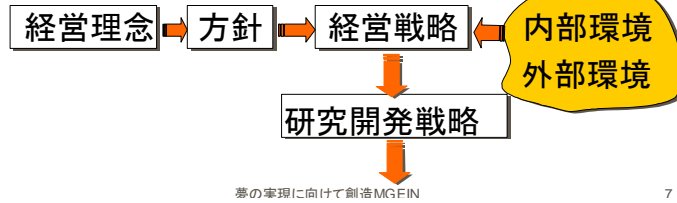
## 1) 研究開発戦略

### (1) 何を活かすか

当社の使命、経営目的、中心になる技術(経営ノウハウ)

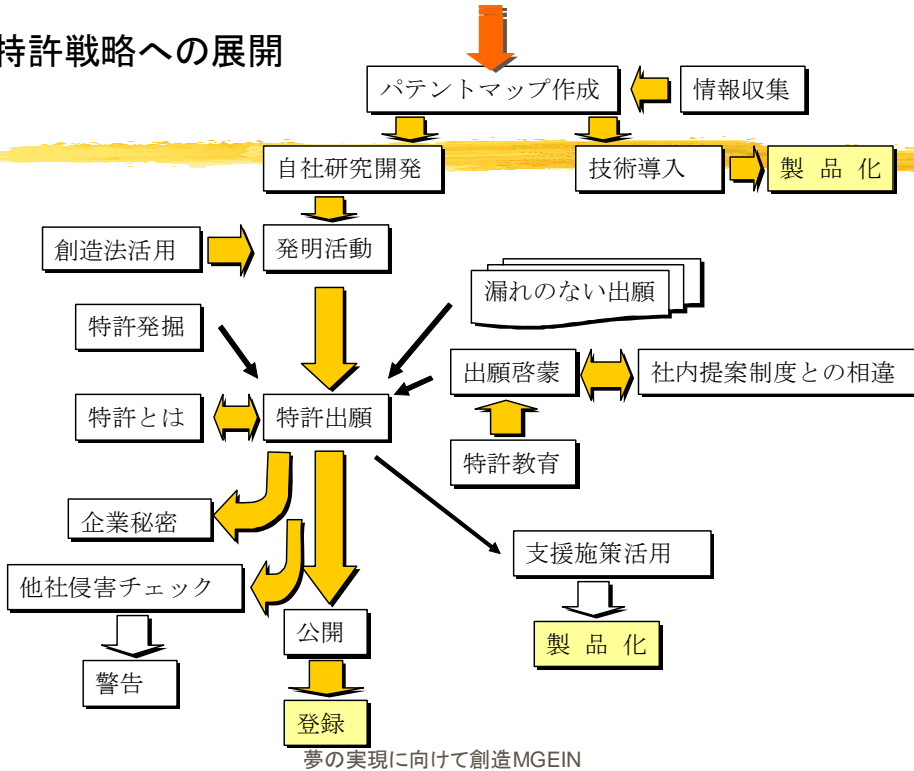
### (2) 戦略的差別化の方向性

強み、弱み、同業者、業界の将来性



7

## 2) 特許戦略への展開



8