



経済産業省
九州経済産業局

令和4年度
チーム伴走型知財経営モデル支援・広報事業
支援事例集

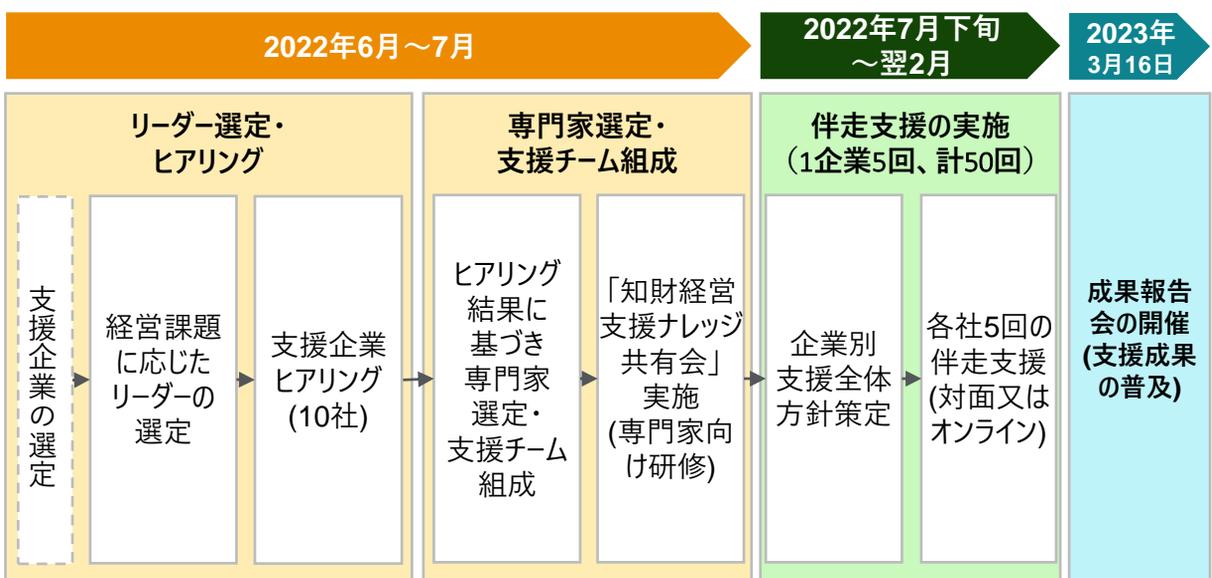
2023年3月

目次

支援先企業名	支援キーワード		頁番号
株式会社アステック入江	ブランディング	営業戦略	3
株式会社イワタダイナース	新商品開発	差別化戦略	5
AIM株式会社	事業戦略	ブランディング	7
株式会社Kiwi	事業戦略	ブランディング	9
株式会社キサヌキ	事業戦略	新商品開発	11
長崎工業所	強みの見える化	事業戦略	13
株式会社西日本工業	強みの見える化	社内体制整備	15
有限会社白洋社	知財戦略	販売戦略	17
株式会社Hakobot	特許戦略	営業秘密管理	19
吉田刃物株式会社	ブランド管理	インナーブランディング	21

チーム伴走型知財経営モデル支援の概要

本事業では、地域未来牽引企業を始めとした地域の中堅・中小・スタートアップ企業10社を対象として、経営課題に応じた専門家2～3名で構成される支援チームを派遣し、伴走型支援を実施しました。



支援テーマ

エシカルゴールドの区分強化、ロゴ、キャッチコピーの制作

企業概要

所在地 福岡県北九州市若松区向洋町 10-83
 代表 代表取締役社長 入江 伸一郎
 ウェブサイト <https://www.astec-irie.co.jp/>
 従業員数 780名
 資本金 1億円
 設立 1957年
 事業内容 鉄鋼業（主要商品・サービス等：製鉄所構内作業、塩化鉄リサイクル、鉄粉リサイクル、都市鉱山リサイクル、鉄鋼関連資材販売等）



エシカルゴールド

優先課題

課題1 エシカルゴールドの区分補強検討

エシカルゴールドの区分は最低限のものでブランドを広く拡大するには脆弱とも考えられる

課題2 エシカルゴールドのロゴマーク策定

エシカルゴールドのブランドを効率的に拡張するには共通したロゴデザインが不可欠

課題3 エシカルゴールドのキャッチコピー策定

エシカルゴールドの良さを説明するためにショートな営業文言＝キャッチコピーが重要

伴走支援内容

第1回 工場見学による現場の分析・支援内容の確認

- ・現場視察、ブランディングの説明、支援方針の共有・確認

第2回 エシカルゴールド活動の掘り起こし、ロゴ制作について

- ・同社としての目標の再確認
- ・過去の販売実績の掘り起こしと見える化
- ・ロゴ制作に向けて、デザイナーや顧問弁理士とのコミュニケーション

第3回 ロゴの制作や商標範囲等について検討

- ・ロゴデザイン案について議論
- ・エシカルゴールドの商標範囲について検討
- ・エシカルゴールドの価値証明に関する調査について
- ・エシカルゴールドの販売先について議論

第4回 営業提案資料について議論

- ・エシカルゴールドロゴの意匠と今後について
- ・販売を行っていく上で必要となる営業資料について議論

第5回 支援の振り返りと今後について

- ・エシカルゴールドロゴの商標申請について
- ・営業先と今後について
- ・支援全体のまとめ



対面支援の様子



オンライン支援の様子

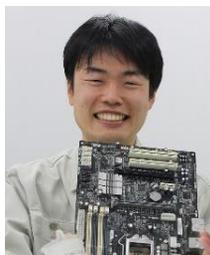
伴走支援の成果

- エシカルゴールドのロゴデザインを作成
- エシカルゴールドを105%で売った実績を元に、導入事例として他社から事例の使用許可を獲得
- 社内外のデータを用い、エシカルゴールドが世界でどれぐらいの価値があるのかを可視化
- 世界の動向、独自のアンケート、自社の実績を用いて営業資料を作成

成果に繋がったポイント

商品価値の定義や向上等のブランディングに加え、それに付随する知財面の確保などについて助言を行ったことにより、エシカルゴールドのロゴデザインの作成、導入事例やアンケート等の情報を用いた営業資料の作成をすることができた

支援先企業の声



株式会社アステック入江
FM事業部総務グループ
水江 太一 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- 今回の支援を通じて金建値×110%程度であれば、高くてもエシカルなモノの購入を検討する消費者層があることに気がきました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- エシカルに理解のある購買層が訪れている大手百貨店やデパート、また、造幣局など信用力の高い企業様や団体様へ営業展開していければと考えています。

支援チームの声



支援チームリーダー
合同会社Design and
Management
CEO/ブランドデザイナー
石坂 昌也 氏

■ 支援チームリーダーより

限られた時間の中で、エシカルゴールドの商品価値の表現や代表となるロゴデザインができたのは、アステック入江の皆様これまでの調査や積極的行動であったと感じます。世界にとって価値ある取組みだと思っておりますので、今後とも継続いただけましたらと思います。



支援チーム専門家
株式会社オウルズコンサル
ティンググループ プリンシパ
ル/一般社団法人エシカル
協会 理事
大久保 明日奈 氏

オブザーバー INPIT福岡県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

支援テーマ

差別化戦略の構築と組織・事業インフラの改善支援

企業概要

所在地	福岡県福岡市博多区諸岡 3 丁目 25-20
代表	代表取締役社長 原野 拓郎
ウェブサイト	https://www.pizzacooc.com/
従業員数	980名
資本金	1,000万円
設立	1990年
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ピザ宅配及びテイクアウトの「ピザクック」の運営 福岡県32店舗、佐賀県1店舗を展開するピザチェーン店 福岡県産の素材使用（地産地消）と、手作りにこだわっている



新商品の米粉生地のピザ

優先課題

課題1 差別化戦略の構築と実施、既存商品の改良と新規商品投入

CI（コーポレートアイデンティティ）や知的資産の観点から良いリソースを備えているが、十分に活用できておらず、機会損失に繋がっているように見受けられる。「ピザクックらしさ」演出のために同業他社の事業対比を通して、自社の特徴を客観視し、消費者に訴求することにより企業価値を高めることが課題である。

課題2 事業インフラの支援、既存事業改善と新規業態

時代の求め、環境の変化に応じた組織改編や新しい業態の開発が必要であり、上記課題1の推進に呼応した既存業務における業務改善と新しい業態に応じた組織づくりが課題となる。

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- 現場視察、支援全体方針の共有、次回以降の支援に関する意見交換

第2回 差別化戦略の考察・知財の基礎と事例紹介

- 新商品開発に向けて他社事例との比較を検討
- 知的資産と知的財産の体系及び具体事例の共有

第3回 他社比較解析の結果深堀・実践計画の検討

- 競合他社との比較により社としての優位性を検討し、知財の利活用に向けた知財項目の洗い出しを実施
- 短期・長期それぞれの視点から課題項目を考察し、コアコンピタンスを検討

第4回 新規事業の方向性と既存事業の差別化戦略の検討

- 今後の知財を活用した新商品開発に当たり、顕在化する課題を確認
- 既存事業に係る知財保護の検討、並びに組織体制の確認

第5回 課題1・2に関する支援、まとめ

- 既存事業の差別化戦略について今後の進め方及び知財定着の方策案を共有
- 新規事業について課題及びリスクマネジメントの共有と知財戦略を確認
- 支援全体のまとめ



現地視察の様子



対面支援の様子

伴走支援の成果

- ピザクック事業のポジショニングマップの顕在化、並びに2つの事業の差別化戦略の具体的な方向性の提案
 - ①既存事業：知財保護の対象明示と出願による保護の意思決定
 - ②新規事業（市場開拓品）：米粉ピザの市場投入（3/5発売） / 新カテゴリー品のテーマ構築
- 知財活用の仕組み提案（チームオリジナルのガイドライン提供）

成果に繋がったポイント

対面による伴走支援や手厚く丁寧なフォローを通して、他社との比較による優位性や短期的・長期的課題をそれぞれ整理したことで差別化戦略の具体的な方向性を見出すことができました

支援先企業の声



株式会社イワタダイナース
代表取締役社長
原野 拓郎 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- 当初、知財権の取得活用を想定していた新商品が、思わぬトラブルで計画変更となりましたが、『災い転じて福となす』と申しますように、逆に、発想の転換を図り、
 - ①現在の2代目生地の知財の利活用、
 - ②現状の知財資産の洗い出しを先生方と一緒に考えて頂くことで、社員全員への啓蒙につながりました。
- 既存事業保護のための知財権取得についても優先順位がはっきりと決まりました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- 知財の利活用は、支援を受けるまでは社長の私が勝手に勉強し、勝手にやっていた！！という、社内雰囲気でしたが、先生方のご指導のおかげで社内の関連部門が関わる度に理解し、部門同士が協力する雰囲気になり、会社としてのモチベーションがあがりました。今後は、米粉入り2代目生地の更なる開発に合わせた特許の取得や、社内及びお客様へのブランディングの浸透を図り、事業価値を向上させます。

支援チームの声



支援チームリーダー

本号知財総合事務所
所長 / 弁理士
本号 伸介 氏

■ 支援チームリーダーより

「戦える知的資産」の棚卸をし、競合他社にはまねができない差別化戦略の実現へ向けた支援を、既存と新規の2つの事業軸で行いました。

結果、ピザクック事業のポジショニングマップが描け、各事業軸における知財経営上の課題を顕在化できました。波及効果として、社長の知財への取組意識が、社員にも伝播し、会社の事業活動に組み込む素地ができたものと思います。

支援チームから提供した知財活用のための取り組みガイドラインも是非参考にさせていただきながら、継続的な知財経営の実践を期待致します。



支援チーム専門家

株式会社ライクブルー
代表取締役
池田 治彦 氏

組織インフラ、業務改善等
に関する助言を担当

オブザーバー INPIT福岡県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

支援テーマ

「織らない布」事業に係るビジネスモデル整理とブランド戦略の策定

企業概要

所在地	本店：福岡県福岡市博多区御供所町2-48 メゾン・ド・祇園705 支店：熊本県熊本市中央区新大江1丁目17-10 K2ビル 2F
代表	代表取締役 大山 愛美
ウェブサイト	https://coatolie.com/
従業員数	4名
資本金	200万円
設立	2021年
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 高齢過疎化地域や障がいを持つ人に向けた「訪問お直しサービス」を展開 残布や着物の切れ端などを製品に作り直すアップサイクリングを実施



「織らない布」製品

優先課題

課題1 ビジネスモデルの整理

就労支援型ビジネスモデルにおける事業性の観点から、国内外バリューチェーンにおける残布調達、織らない布の生産、デザイン／縫製などクロスする領域確認と技術指導等の当社の役割／負荷程度の明確化が必要

課題2 ブランド戦略の策定

ブランディング活動の大きな方針決定と、「顧客に届けるべき情報を整理して、正しく伝える」ために必要な要素（言語化、物語性）の洗い出し整理及びブラッシュアップが必要

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- 現地視察、支援全体方針の共有、次回以降の支援に関する意見交換

第2回 ビジネスモデルの整理・ブランド戦略の策定支援

- 「お直し事業」と「織らない布事業（以下、ORANS事業）」の顧客・提供価値の整理
- ORANS事業、ORANSブランドをB2B（2C）向け企画提案事業としての括りで捉え、ビジネスモデルとブランドアイデンティティの整理を検討

第3回 ビジネスモデルの整理・ブランド戦略の策定支援

- 「お直し事業」と「ORANS事業」のそれぞれのバリューチェーンにおけるステークホルダーの整理
- 「ORANS事業」のビジネスモデルの整理（提案受託型・教育啓蒙型）
- ブランドアイデンティティの言語化支援

第4回 ビジネスモデルの整理・ブランド戦略の策定支援

- バリューチェーンのフロー整理
- ビジネスモデルキャンバス作成支援
- ブランドアイデンティティの言語化支援

第5回 ビジネスモデルの整理・ブランド戦略の策定支援、まとめ

- ブランドアイデンティティ、ビジネスモデルキャンバス、ビジネスモデル俯瞰図の3点から方向性の確認・議論
- 支援全体のまとめ



現地視察の様子



伴走支援の様子

伴走支援の成果

- ・「ORANS事業」のポジション、方向性、並びに顧客への企画提案内容の整理・明確化が進んだ。
- ・「ORANS事業」に係る知財手当、並びにブランディング活動の要素整理が進んだ。

成果に繋がったポイント

複数の専門家との対話や助言を通して、「ORANS事業」のポジションとビジネスモデル・ブランディングの方向性が明確となった。

支援先企業の声



AIM株式会社
代表取締役
大山 愛美 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- ・ ORANS事業の方向性からビジネスモデル、ブランディングなど、専門家の先生方のブラッシュアップでより明確にいただき、私自身が考えていたものより更に可能性も広がりも生まれるきっかけをいただきました。
- ・ 特にニードルパンチャーの試作品まで製作する事ができ、次世代の子たちへのアップサイクルの教育啓蒙、更なる様々な企画提案へと繋がった点が印象に残っています。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- ・ 今後は更に海外展開なども視野に入れ、商標承認、国内での認知を高め、実績を積み、知財戦略を活用していきます。
- ・ 特許の可能性の検討やクリアランスの確認、また、パンチャーの造形デザインを一つのブランド（ORANZの顔）としても捉えて、商標や意匠なども加えた知財ミックスの観点での対応を考えていきたいと思えます。

支援チームの声



支援チームリーダー
明和総合特許デザイン事務所
代表/弁理士
藤掛 宗則 氏

■ 支援チームリーダーより

既存事業で培われた強みを新規のORANS事業に活かすという観点から、当社事業全体における「ORANS事業」のポジション、方向性（社会性・事業性の取り組み）のブラッシュアップ、顧客への企画提案に含むべき重要な要素の整理・明確化が進んだものと思います。併せて、顧客目線での魅力の確認とブランド構築、知的財産の活用という議論もさせていただきました。今後、企画提案／ブランド構築と知的財産の両輪で魅力の発信と強みの保護及び強化を進め、ORANS事業が当社の大きな柱に成長するよう応援しています。



支援チーム専門家
一般社団法人共創デザイン総合研究所
代表理事 / 中小企業診断士
湯上 正信 氏
ビジネスモデル等に関する助
言を担当



支援チーム専門家
株式会社中小企業営業支援
代表取締役・中小企業診断士
津山 淳二 氏
ブランディング等に関する助言を
担当

オブザーバー 大熊本証券株式会社、INPIT熊本県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

■ 地域金融機関より：大熊本証券 清水 孝洋 氏

オランズのブランディング、ハンディ・ニードルパンチャーの開発と云う大事な時期に支援をいただいた事は大きかったのではないかと思います。更なるご活躍を期待しています。

支援テーマ

医療従事者向けウェブサービスのビジネスモデル・課題の整理と企業ブランディング

企業概要

所在地	福岡市中央区大名2-6-11
代表	代表取締役 大石 杏衣
ウェブサイト	-
従業員数	-
資本金	100万円
設立	2021年
事業内容	・医療機器のわからないを解決する、医療従事者向けウェブサービス「キキサポ」の開発・運営



優先課題

課題1 ビジネスモデルの整理

ビジネスモデル上の関係者が多く存在するため、その課題を整理しつつ、ビジネス展開の戦略を検討する必要がある

課題2 関連する契約関係や知財・データの権利処理の課題の整理

ビジネスモデル中で生じる契約関係や知財・データの権利処理の課題を特定して、整理する必要がある

課題3 企業としてのブランディング

会社の訴求すべき提供価値、テーマカラーやロゴ等が定まっておらず、ブランディングを検討する必要がある

伴走支援内容

第1回 支援全体方針及び各課題の確認・協議

- ・支援全体方針の共有・協議、特許出願及びブランディングに係る助言

第2回 特許出願検討に関する支援

- ・特許出願明細書及び今後の出願方針に関する助言
- ・ブランディング支援に関する頭出し

第3回 ブランディングに関する支援

- ・ブランドステイトメントに関する協議・助言
- ・保育園を対象としたサービスに関する協議

第4回 ブランディング及び営業活動に関する支援

- ・ブランディングの考え方と効果に関するレクチャー
- ・顧客との契約やターゲティングに関する助言

第5回 ブランドステイトメント、ビジネスモデル、今後の方向性の検討

- ・これまでの協議からブランドステイトメントの確認
- ・ビジネスモデル及び各関係者への提供価値の確認
- ・支援全体のまとめ



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- 事業実態に基づいたビジネスモデル及び特許出願方針の明確化
- Kiwiとしての強みや価値、特許が取得できそうな領域について検討し、ブランドステイメントを作成

成果に繋がったポイント

既定路線を踏襲した議論ではなく、事業の現状を詳細に確認・協議したことで、より自社の提供価値にフィットしたビジネスモデルや特許出願の方針を検討することができた

支援先企業の声



株式会社Kiwi
代表取締役
大石 杏衣 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- ビジネスの整理をうまくできず、ビジネスモデルが定まらない状態でした。
- やりたいことや思いを話しながら、整理をしてもらったり、問題提起してもらうことで深掘りでき、これからやることや課題が明確になったことが一番の収穫でした。
- ブランディングの鍵になりそうなキーワードが見つかったこともよかったです！

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- 知財を取得できそうな点がいくつかありそうで、さらにブラッシュアップしながら、知財取得に向け動いていこうと思います。

支援チームの声



支援チームリーダー
株式会社シクロ・ハイジア
代表取締役CEO
小林 誠 氏

■ 支援チームリーダーより

- 医療従事者を中心に多くのステークホルダの社会課題を解決し得る、素敵なビジネスモデルだと思います。
- 他方で、ステークホルダが多いが故に、訴求すべき提供価値が明確化できていませんでした。
- 本件支援をきっかけに、自身のコアコンピタンスを再認識いただき、ビジネスモデルを磨き上げることで、今後の大きな成長を期待しています。



支援チーム専門家
日本橋知的財産総合
事務所 代表弁理士
加島 広基 氏

知財の課題整理に関する
助言を担当



支援チーム専門家
デロイト トーマツ ファイナンシャル
アドバイザー合同会社
ブランディングアドバイザーグループ
林 太郎 氏

ブランディングに関する助言
を担当

オブザーバー INPIT福岡県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

支援テーマ

家具製造における新規ビジネスアイデア及び新商品開発

企業概要

所在地	宮崎県延岡市栗野名町 2015-1
代表	代表取締役 木佐貫 浩司
ウェブサイト	https://kisanuki.co.jp/
従業員数	49名
資本金	11,700,000 円
設立	1983年
事業内容	・店舗やオフィス、ホテル向けのオーダー家具の製作



オーダー家具等の制作工場

優先課題

課題1 オリジナル製品開発・ブランド化・販売戦略

商品開発をする技術はあるが、形状のデザインやブランド領域と販促戦略を検討していく必要がある

課題2 キサヌキ(会社名)の商標登録の登録検討

保有・出願中の知財は存在せず、知財面での優位性が可視化されておらず、企業の強みが明確でない

伴走支援内容

第1回 顔合わせ、支援全体方針の確認・協議

- ・現場視察、支援全体方針の共有、次回以降の支援に関する意見交換
- ・ブランド論に関するインプット
- ・伴走支援のビジネス分析テンプレートによる議論

第2回 ロゴ商標登録、ビジネスアイデアの検討

- ・キサヌキ社のロゴ商標登録の進め方について議論
- ・事前に内部で議論してもらった内容を踏まえたビジネスアイデアの絞り込み

第3回 ビジネスアイデアの絞り込みおよびオリジナル商品開発の検討

- ・検討するビジネスに関して、内部で事業計画書を事前に作成し、それをベースにしたビジネスアイデアの絞り込みの実施
- ・次回までに、内部での新規事業に関する企画会議を複数回行うこととし、具体的なオリジナル商品の開発に向けた検討を進めた

第4回 ビジネスアイデアの深化

- ・想定したオリジナル商品を前提に、価格帯と方向性、デザイナー候補、顧客獲得と効率について、自社の強みについて、などを改めて議論し、製品化に向けた深堀を実施
- ・引き続き、内部での企画会議を並行して実施してもらい、具体的な商品イメージを詰めてもらうこととした

第5回 新規事業進捗・現状の課題の確認、今後の伴走のあり方の議論

- ・複数あるオリジナル商品案を絞り込み、ブランドコンセプトの構築に向けて議論
- ・各プロジェクトの進め方（オーナーシップの整理など）について議論
- ・支援全体のまとめ、今後の進め方についての確認



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- 知財に価値を付随させる『新規事業開発の伴走』というより本質的な課題への取組みがメインとなった
- 「ブランド」に対する考え方を、様々な角度から学ぶことができた
- 社内で新規事業を作っていくための体制づくりや企画の進め方を実践し改善点を見出すことができた

成果に繋がったポイント

月に1回のチームミーティングの場のみならず、社内でも複数回に渡ってミーティングを設け、新規事業の進め方や具体的な内容について深く議論していただいた点

支援先企業の声



株式会社キサヌキ
常務取締役
浅野 亮太 氏

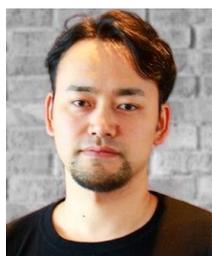
■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- 積極的に伴走者と自社チームのメンバーとの役割を明確にすることで、任せる部分は任せて物事を前に進めていくことが大事だと感じました。
- 新規の事業を進めていく上で、まず大前提に最終決定を行うことができる組織・チームであることが重要だと感じました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- 知財に関して今回の我々のようなプロジェクトは人も時間もかかるのでその中で出てきたブランド名や商品には多大な愛着があるかと思います。しっかり商標などを取得し、守っていく必要があるというのは強く感じました。

支援チームの声



支援チームリーダー
合同会社Design and
Management
CEO/ブランドデザイナー
石坂 昌也 氏

■ 支援チームリーダーより

ものづくりする力がある企業にとっての知財伴走支援とはいかに知財に具体的な価値を持たせられるかで、今回の新規商品開発も知財取得の前に、どのような事業を作れるかにフォーカスできたのは難しくも、重要なことであつたと感じております。



支援チーム専門家
ニューワールド株式会社
代表取締役社長
井手 康博 氏

クラウドファンディングを含む商品の販売方法等に関する助言を担当



支援チーム専門家
ソディア知的財産事務所
代表／弁理士
小木 智彦 氏

商標・知財面に関する助言を担当

オブザーバー 延岡信用金庫、INPIT宮崎県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

■ 地域金融機関より：延岡信用金庫 瀧口 一喜 氏

支援チームの知見を得ながら、ブランドや製品について良く議論されていた。議事録共有により他の施策紹介もできた。

支援テーマ

顧客への提供価値の洗い出しと事業戦略策定を見据えた提供価値の言語化

企業概要

所在地	長崎県大村市今村町 3 1 - 1
代表	代表 堤 孝哉
ウェブサイト	https://www.ngskth.com/
従業員数	2名
資本金	-
設立	2008年
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> • 車輛の二次架装をメインにステンレスやスチールの金属加工を通じて様々な金属製品を製作 • 「既製品に無いオーダーメイド」での製作にこだわりを持つ



古紙回収BOX

優先課題

課題1 自社競争力の見える化

知財面での優位性が可視化されておらず、企業の強みが明確でない

課題2 権利化とノウハウの線引き

ノウハウ（営業秘密）と権利化（出願）の明確な判断基準等が整備されていない

課題3 ブランド構築

口コミによる受け身の受注体制から脱却すべく、強みを活かしたブランディングが必要

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- 現場視察、支援全体方針の共有、次回以降の支援に関する意見交換

第2回 ビジネスモデルキャンパスを活用した強みの洗い出し

- ビジネスモデルキャンパスの整理を実施
- 特に顧客セグメントと提供価値の重要性について助言

第3回 第2回支援の続き

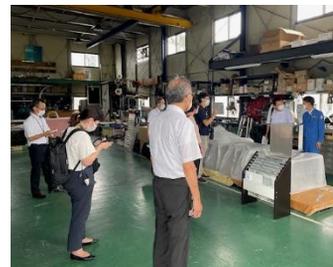
- ベンチマークとなる企業の情報を提供し、出口のイメージを共有
- 過去に製作した作品のこだわりをヒアリングし、強みの洗い出しを実施

第4回 提供価値・差別化要素の明確化

- ベンチマークの企業を参考に取りまとめた制作事例についてこだわりを再度ヒアリング
- こだわりポイントの発信方法や今後のビジネスの可能性について助言

第5回 強み・差別化ポイントを踏まえたキャッチコピーの検討、まとめ

- これまでの専門家によるアドバイスを取りまとめて提供
- これまでの議論を踏まえたキャッチコピー案の紹介
- 製品例を踏まえた権利化の可能性に関する助言



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- ・ 専門家アドバイスまとめ及び経営上の課題の整理
- ・ 経営戦略案 & 35種類のキャッチコピー案を提案
- ・ 社内における知財意識の浸透
- ・ 業務範囲の定義と製品紹介サンプル事例を提案

成果に繋がったポイント

社長1人では気づくことが出来なかった自社の強みや顧客への提供価値、他社との差別化要素について、担当領域が異なるそれぞれの専門家が言及することにより、明確にすることが出来た

支援先企業の声



長崎工業所 代表
堤 孝哉氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- ・ 自身が伝えたいと思っている情報とお客様が知りたい情報が、私が思っている以上に差があることに気づきました。
- ・ お互いの情報が限られている中、いかに自社の現状のことをよく理解してもらうか、そのためにはどんな情報を提供して説明すればわかりやすいのか、毎回の支援終了後の宿題を重ねていくうちに、その技術が磨かれていく実感がありました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- ・ 「製品を通して元気を与えるものづくりの会社」になりたいです。製品も、お客様の話をよく聴いて、そこに込められた想いをカタチにするのは当たり前のことで、本当に大切なのは隠されたこだわりなどを聞き出し、その内容を長崎流板金技術で物・カタチにして販売していきたいです。

支援チームの声



支援チームリーダー
有限責任監査法人トーマツ
近藤 真吾 氏

元特許庁事業「地方創生
のための事業プロデューサー」

■ 支援チームリーダーより

御社の強み（差別化要素）を明確化するため、お客様の依頼内容と期待値、そして御社のソリューション（提供価値）について、3人の専門家が5つのシーン、合計40項目のアドバイスを実施しました。今後の事業に役立つことを期待しております。



支援チーム専門家
エイト弁理士事務所
所長/弁理士
松本 秀治 氏

知的財産の活用・権利化
等に関する助言を担当



支援チーム専門家
有限会社シーダブリュエス
代表
堀越 敏晴 氏

ブランド開発・プロダクトデザ
イン等に関する助言を担当

オブザーバー たちばな信用金庫、INPIT長崎県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

■ 地域金融機関より：たちばな信用金庫 鳥嶋 信久 氏

かねてより、長崎工業所様が提供されている製品の高いデザイン性と利便性を感じており、知的財産として企業の強みとして活かすことができず、今般の支援に臨むこととなりました。支援においては専門家の皆様の意見を伺う都度、企業を活かす新しい気づきが積み重ねられていきました。今般の支援で得られた気づきを生かし、長崎工業所様への支援を行っていくこととします。

支援テーマ

事業承継を見据えた強みの洗い出しと社内体制整備

企業概要

所在地	長崎県佐世保市広田 4 丁目 2-1
代表	代表取締役社長 中野 達也
ウェブサイト	https://nishinihonkogyo.co.jp/
従業員数	44名
資本金	2,000万円
設立	1953年
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 1953年に創業以来、長崎県佐世保市にて鉄工場を営む 船舶艀装品を中心に事業拡大し、近年ではごみ処理施設用の環境プラント施設関連製品を製造



業務の様子

優先課題

課題1 事業承継に向けて現時点で準備しておくべき事項の整理

経営／知財の両課題の関連性について支援企業と支援チームとで共通認識を持つ必要がある

課題2 自社の強みの可視化

「自社の強み」は次世代に承継すべきものであり、支援企業のブランディングにおいて核となりうるものであるが、現時点では十分に可視化できていない。

課題3 社内規程等の整備及び継続的管理の仕組み構築

自社の強みの維持、新たな強みの創造を実施するために、ノウハウ等を自社で共有したり、次世代に承継する仕組みの構築が必要

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- 現場視察、支援全体方針の共有、次回以降の支援に関する意見交換

第2回 事業承継の準備とノウハウの顕在化作業（課題1・2）

- 事業承継フォーマットを提示し、今後実施すべきアクションを共有
- 社内の業務全般を可視化する作業について、今後のアクションを共有。また、自社の強みと思われる事項について意見交換を実施

第3回 課題1～2に関する支援の続き、社内規定の整備（課題3）

- 事業承継計画（案）を確認し、今後のアクション項目の追加を助言
- 業務分類チャートを参考に、文書体系（案）を提示し、ISO関連文書を考慮した文書体系について助言
- 強みシートに基づいて、強みの要因の深掘りを実施

第4回 課題1～3に関する支援の続き

- 事業承継計画（案）作成の進捗状況の確認
- 強み（知的資産）と知的財産の関係について助言
- 既に存在する文書を業務マニュアルの上階層・下階層と位置づけて活用することを助言

第5回 課題2～3に関する支援、まとめ

- 社内規程等の継続的な管理に向けた留意点を助言
- 知的財産の顕在化と知的財産の創出を促すための助言を提供
- 支援全体のまとめ



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- 事業承継に係る項目と達成期日を反映した事業承継計画書のたたき台を作成
- 自社の強みを可視化し、社内で共通認識が浸透
- 既存のISO文書との整合性を取った社内規程の文書体系を整備

成果に繋がったポイント

見える化されていなかった企業の強みや規程等を5回の伴走支援を通して紐解いて可視化してくことにより、社内規程の文書体系の整備、強みの共通認識の浸透、事業承継のたたき台の作成といった成果を生み出すことが出来た

支援先企業の声



株式会社西日本工業
代表取締役 副社長
中野 陽子 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- ベテラン（社長、常務）と中堅（私、製造部長）が今までの歴史や意見、議論を交わすことで“強みが出来た経緯”や“強みの理由”を知る機会にもなり、このこと自体が承継の一つであると気づきました。またそういった「強み」見える化し、我社の知的財産として残していただくだけでなく、また更に上書きしていく事が重要であると学びました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- 「承継計画表」については既に活用しており、随時更新していきたいと思っています
- 「強み」については、ベテラン、中堅、若手も交え、検討することで承継も兼ねた機会とし、活用していきたいです。
- 「社内規定」は、次回 ISO更新審査までに運用できるようにしたいと計画しています。

支援チームの声



支援チームリーダー
UniBridge知財事務所
代表 / 弁理士 / RTPP
坪内 寛 氏

■ 支援チームリーダーより

支援企業が有する知的資産を抽出するとともに、技術的な観点から更に掘下げて知的財産を顕在化させる作業を伴走支援しました。また、将来の事業承継に向けて現時点で社内で実施すべき取組みを支援しました。

自社の「強み」が何であるか、その「強み」をどのように承継していくか、等を社員の皆様で議論していただき、具体的なイメージを持っていただくことができました。支援を通じて経験されたことが今後の事業に役立つことを期待しています。

課題毎に社内で議論していただきながら伴走支援しましたので、今後の組織的な知財活動に繋がる契機となったと感じます。支援終了後も知財総合支援窓口や専門家の支援を適宜受けながら、組織としての知財活動に引き続き取り組んでいただきたいと思います。



支援チーム専門家
毛利中小企業診断士
事務所 代表
毛利 裕之 氏
事業承継計画策定等に
関する助言を担当

オブザーバー INPIT長崎県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

支援テーマ

クリーニング無人受付システムの知財戦略とシステム販売の具体化

企業概要

所在地	長崎県南島原市有家町蒲河 346-1
代表	代表取締役社長 神崎 國昭
ウェブサイト	http://hakuyousha.com/
従業員数	27名
資本金	300万円
設立	2005年
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎県南島原市にてクリーニング店を展開 ・ネット宅配クリーニング運営会社を設立 ・クリーニング無人受付システムの開発・実証実験を実施



クリーニング無人受付システム

優先課題

課題1 知財面での優位性の可視化

保有・出願中の知財は存在せず、知財面での優位性が可視化されておらず、企業の強みが明確でない

課題2 対象システムのパッケージ化（販売形態の具体化）

実証結果を踏まえつつ、対象システムの販売形態を具体化する必要がある

課題3 対象システムを活用したサービスのブランド化

課題2と並行して、サービスのブランディングについて、保護可能な要素の抽出が必要である

課題4 継続的な知財マネジメントの仕組み構築

開発段階に合わせて継続的に知財マネジメントする仕組みの導入が中長期的には必要である

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- ・現場視察、支援全体方針の共有、次回以降の支援に関する意見交換

第2回 知財面での優位性の可視化（課題1）

- ・クリーニングの自動受付サービスをフロー図に整理して共有
- ・クリーニングの自動受付に関する他社特許・他社技術と比較しながら優位性を整理

第3回 対象システムのパッケージ化・ブランド化（課題2・3）

- ・販売体制、パッケージ商品構成、マネタイズ・価格設定等についてメリット・デメリットを提示しながら協議
- ・ブランド化の目的/カスタマジャーニーマップを用いて保護すべきブランド化要素を可視化し、認識合わせをおこなった上で協議

第4回 課題1～3に関する支援の続き

- ・特許侵害に関するレクチャー、知財権取得の要否等について協議
- ・パッケージ化・ブランド化計画を例示、具体的アクションとスケジュールを助言

第5回 課題1～4に関する支援、まとめ

- ・営業秘密に関するレクチャー
- ・提携店制度の認定メリットや制度構築の手法について議論
- ・支援全体のまとめ



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- 対象システム販売に当たり、知財面での対応方針を整理（特許、営業秘密等）
- 商標登録出願
- 販売形態・提携店制度・ブランド化等のアクションプラン整理
- 知財マネジメント方針確認

成果に繋がったポイント

自社技術・サービスについて他社特許・他社技術等と比較検証を行うことで、知財面での優位性を深堀・可視化し、知財戦略（出願検討等）及びシステム販売戦略に落とし込むことができた

支援先企業の声



有限会社白洋社
本部長
神崎 健輔 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- 知財を活用しつつ、システムの全体的なパッケージ化の具体化イメージを掴むことができました。
- 今まで想像していた知財のイメージとのギャップがあり、より知財活用を意識しながらサービスやものづくりをしなければならない事を改めて気付かされました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- 「CleaningGO」の商標を出願しました。洗濯ハカセのブランド商標を活用する新たな取り組みも実装を始めました。
- 「CleaningGO」に関しては秘密情報についてINPITへの相談等を行い、社外秘の台帳を作成します。公開可能な内容、非公開にするべき内容を精査し、「CleaninGO」のシステム販売に向けての知財戦略を作り込んでいく計画です。

支援チームの声



支援チームリーダー
UniBridge知財事務所
代表 / 弁理士 / RTTP
坪内 寛 氏

■ 支援チームリーダーより

対象システムの「強み」の可視化を伴走支援しました。また、支援企業に必要と思われるレクチャー（特許権侵害の考え方、営業秘密保護の概要、等）を実施するとともに、販売形態・提携店制度・ブランド化等について整理し、事業化に必要なアクションについて助言しました。

伴走支援で提供した助言・資料を参考に、優先度を考慮しつつ、着手できるところから実践していただきたいと思います。

支援終了後も必要最低限の知財マネジメントに自社で取組みつつ、知財総合支援窓口や専門家の支援を適宜活用しながら、知財活動に引き続き取り組んでいただきたいと思います。



支援チーム専門家
デジタル化コンサルティング
事務所ケンサル 代表
上野 健一郎 氏

システムのパッケージ化等に関する助言を担当

オブザーバー 十八親和銀行、INPIT長崎県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

■ 地域金融機関より：十八親和銀行 長尾 和弘 氏

十八親和銀行では、長崎県内の各種スタートアップイベントの参画・運営等を通して、スタートアップや第二創業等を目指す事業者を支援しています。知財取得の進め方がわからない事業者が多いため知財セミナー等も開催しており、これからも白洋社様のような県内企業の企業価値を高めるご支援を継続的に実施していきます。

支援テーマ

OEM、海外展開を念頭においた知財戦略の構築とノウハウの整理・管理方法

企業概要

所在地	宮崎県宮崎市高千穂通一丁目 6 番地 13 702 号
代表	代表取締役 大山 純
ウェブサイト	https://hakobot.com/
従業員数	3名
資本金	60,764,020円
設立	2018年
事業内容	『なんでも載せられる、しっかり運ぶ』をコンセプトに自動配送ロボットの研究開発



自動配送ロボット

優先課題

課題1 自社の競合優位性のある技術を特定し、特許ポートフォリオを構築

競合が多数存在する中で、自社の競合優位の源泉を明らかにし権利化を進めておかないと、大手へのOEMや海外展開（ライセンス）は困難である

課題2 共同研究先との契約交渉・締結

共同研究先との契約は、交渉が難しい（大手はパワーバランスの問題、大学は硬直的な対応の問題がある）が、可能な限り、自社が不利にならないよう支援する必要がある

課題3 社内の知財リテラシーの向上

リソースの関係から、外部の知財専門家をうまく活用していくためにも、スタートアップとして最低限度の知財リテラシーを持つ必要がある

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- ・ 現場視察、将来計画とビジネスモデルの確認、コア技術の特定

第2回 ノウハウの整理及び管理方法

- ・ 営業秘密の管理
- ・ アライアンスにおける情報共有
- ・ 情報流出リスクの対応

第3回 営業秘密の管理体制の検討、周辺・競合特許の調査

- ・ 情報管理体制案について協議
- ・ 他者の周辺・競合特許の調査結果の報告と議論
- ・ 特許戦略について議論

第4回 営業秘密管理・共同研究契約に関するレクチャー

- ・ 営業秘密管理と共同研究契約に関して資料を使いレクチャー
- ・ 周辺特許を踏まえた研究開発の方向性等を検討

第5回 支援全体の振り返りとまとめ

- ・ 契約書の条項に関する内容協議
- ・ 支援全体のまとめ



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- 知財や契約周りの足元の懸念は払拭され、今後の進め方・方向性が整理された
- 営業秘密、情報管理についての留意事項を認識し、社内体制・制度を整えることができた
- 競合の類似特許を把握しつつ、今後の研究開発の方向性を検討できた
- 共同研究開発や社内体制に関して契約面からのリスクを確認し、検討することができた

成果に繋がったポイント

競合他社の知財調査や分析等を通じた自社における競合優位性の確認、営業秘密や大学との契約における留意等のレクチャーを行うことで、知財関連や契約周りの整理を行うことができた

支援先企業の声



株式会社Hakobot
代表取締役
大山 純 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- 8月に初めての社員を雇い、その後も人材採用を続けるこの初期タイミングで、営業秘密・情報管理体制を整理できたのはとても大きく、その流れから大きな委託事業等の採択にも繋がりました。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- 今回の競合調査により、海外を含めた競合他社の戦略周りが見えてきたため、より自社の強みを活かした知財戦略を進めるためのベースの考え方が整理できました。

支援チームの声



支援チームリーダー
株式会社シクロ・ハイジア
代表取締役CEO
小林 誠 氏

■ 支援チームリーダーより

- 競合が多数存在する中で、四輪操舵技術によるこれまでにないユースケースを実現し得る素晴らしいビジネスだと思います。
- 今回の支援の中で、競合の特許なども確認・分析いただき、改めて自社の競争優位の源泉や、差別化に関する研究開発テーマも明らかになりました。
- また、特許および営業秘密、技術契約に関して、意識の向上と社内管理体制の構築が進みました。
- 今後も、ユーザ側を含めて様々な関係者との共創は必須になるかと思っておりますので、知財の観点から自らの特徴をビジネスに活かし、強みに変えて、グローバルな事業展開が実現されることを期待しています。



支援チーム専門家
弁護士法人法律事務所
amaneku
代表弁護士・弁理士
山本 飛翔 氏

オブザーバー INPIT宮崎県知財総合支援窓口、経済産業省九州経済産業局

支援テーマ

刃物事業におけるブランド管理マニュアル策定とインナーブランディング

企業概要

所在地	佐賀県多久市南多久町大字花祭 2808
代表	代表取締役社長 吉田 健司
ウェブサイト	https://hanamatsuri.co.jp/
従業員数	41名
資本金	32,000,000円
設立	1980年
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 園芸刃物（鋏・鎌・刈込鋏等） および機械刃物（チッパーナイフ・回転刃・固定刃物等）製造・販売 高品質包丁の製造・販売（主にアメリカAmazonなどの海外ECサイトにて販売）



「九佐吉」ブランド

優先課題

課題1 ビジネスモデルの整理

ブランドの取捨選択やポジション整理を目的に、国内・海外事業展開の現状確認と将来像、既存取引先との関係性確認を踏まえたビジネスモデル整理が必要

課題2 ブランド管理マニュアルの策定

当社ブランドのあるべき姿を見える化し、必要な取捨選択、追加補充の特定を進め、その後、ブランド管理マニュアル（ブランド使用ルール）を策定

伴走支援内容

第1回 支援全体方針の確認・協議

- キックオフ、当社工場見学や直売所見学等、取引の実情、商品ラインナップ、当社管理下のブランドなどの状況把握
- ビジネスモデル整理を通じた、ブランド使用ルール策定のための要素・制約条件等の洗い出し

第2回 ブランド管理に向けた現状把握・整理、競合分析

- ブランド管理マニュアル創り、ブランド使用ルール創りの概論
- 当社のブランド管理マニュアルの内容の大きな方向性決定に向けた協議

第3回 ブランド管理マニュアル作成およびインナーブランディング

- ブランド管理マニュアルドラフト作成の支援。必要な知財手当の確認と実行のための支援
- 第三者の動画サイト投稿による当社九佐吉ブランドのイメージ毀損問題について（対応の経緯と現状の共有）⇒今後の「ブランド管理」に生かすことを念頭に整理。（インターナルブランディング活動含む）

第4回 ブランド管理マニュアル作成支援（続き）

- 作成いただいたブランド整理シート（ドラフト）のブラッシュアップを実施
- ポジショニングマップを用いて、ブランド整理を実施

第5回 ブランド管理マニュアル作成支援（まとめ）

- 事前に作成いただいた複数のポジショニングマップを用いてブランド整理を実施
- コンセプトシートによる社内のブランドの分け方について説明



対面支援の様子



オンライン支援の様子

伴走支援の成果

- 当社保有ブランドの整理・使用ルール等の管理マニュアルとして「ブランド整理シート」の第1案を作成。これに対応した知財手当の追加補充を行った。
- 「ブランド整理シート」から4C観点での差別化ポイント／キーワードの特定が進んだ。
- 当社保有ブランド「ブランド整理シート」を通じた社内共通認識が進展した。

成果に繋がったポイント

当初、場当たりの商品開発・ブランド化であったところを、ビジネスモデルや販売戦略を踏まえた上で、客観的な視点から各商品のブランディングを再検討したことにより、理想と現実を踏まえたブランド管理シートの作成に繋がった

支援先企業の声



吉田刃物株式会社
園芸刃物事業部
ブランドマネージャー
吉田 久美子 氏

■ 今回の支援を通して得た気づき・学び・社内の変化

- 創業当初から「ブランド・ブランディング・海外展開」などを考えずに商品ありきで、とにかくものづくりだけに付き進んできたように思います。色んな問題が出てきて初めて「ブランド整理の必要性」に気づき、今回の支援のおかげでそれらがクリアになっていき、管理しやすくなってきたので良かったです。
- 社内発表会の際にとっても反応が良く、これまではブランディングなどに関心がなかった社員たちも興味津々になってくれたので良かったです。

■ 今後の展望・方向性（知財経営を中心に）

- アメリカ市場において、今回の事業で整理し言語化したブランドを展開し、しっかりと管理のもと、消費者へ伝え浸透させていきたいと考えております。
- 「逆輸入」という形で国内市場へ転換していく予定です。

支援チームの声



支援チームリーダー
明和総合特許デザイン事務所
代表/弁理士
藤掛 宗則 氏

■ 支援チームリーダーより

当社の各製品は、長年培われた技術に裏打ちされた品質、デザイン、使いやすさが魅力です。今回の支援では各ブランドに込められた想いや世界観を深掘りし、ブランド・アイデンティティを明確化する「ブランド整理シート」の作成を通じて「当社が伝えたい価値」と「購入者が受け取る価値」のギャップ解消とともに、当社各ブランドの社内認識共有も進まれたと思います。今回の成果を海外・国内のマーケティングや販売戦略につなげ事業成長されることを願っています。



支援チーム専門家
株式会社中小企業営業支援
代表取締役・中小企業診断士
津山 淳二 氏
ブランディング等に関する助言を
担当



支援チーム専門家
有限会社シーダブリュエス
代表
堀越 敏晴 氏
ブランド開発・プロダクトデザイン等に関する助言を担当