金融機関による中小企業支援への道しるべ

～知財の力で企業の未来を切り拓く～

経済産業省
東北経済産業局

はじめに

「知財」への取り組みで、企業の未来を切り拓く手助けをしてみませんか？

近年、ビジネスの世界では「知的資産」がますます重要視されています。しかし、その真の価値とは一体何でしょうか？

「知的資産」は企業が持つ宝のようなもので、独自のアイデア、技術、ブランドが結集され、競争上の差別化を生み出します。

最先端のビジネス環境において、知的資産への理解と適切な運用は、企業の未来を切り拓く手段となります。

しかし、「知的資産」については理解するのが難しいのではないかという先入観を持つ方も多数いらっしゃいます。

このパンフレットでは「知的資産」としての「知財」を分かりやすく解説し、皆様の日々の活動においてお客様への支援を最大化する取り組みをご提案します。

目　次

なぜ今、知財？…… 1
第１章「知財に気づく力」を身につけよう…… 2
　１．「知財」とは …… 2
　２．専門知識の習得は必須ではない…… 2
　３．いつもの仕事に「知財」が隠れています…… 3
　４．具体的な取組方法…… 3
　　1)　お客様の技術情報を調べてお客様と仲良くなろう
　　2)　お客様の「強み」を一緒に考えよう
　　3)　支援のネットワークを活用しよう
　　4)　マッチングでも活きる知財の視点
　　5)　事業承継でも知財は有効です
　５．J-PlatPatに触れてみよう …… 6

第２章　金融機関における知財への取組事例…… 8
★事業性評価への取組
　①　「技術支援アドバイザー」を活用した地域企業の技術支援と事業性評価（山形銀行）…… 8
★効果的な伴走支援に関する取組
　②　本業支援体制の強化によるコンサルティングの実施（青森銀行）…… 10
　③　地域ブランド（ユキノチカラ／統一ブランド）創出への貢献（北上信用金庫）…… 12
　④　知財ビジネスマッチングによる新製品開発支援（福岡ひびき信用金庫）…… 14
★組織の『知財力』強化への取組
　⑤　「あきぎん如学カレッジ」での幅広い年齢層が参加する知財研修（秋田銀行）…… 16
　⑥　山形県発明協会との連携協定による４信金連携事業（鶴岡信用金庫）…… 18

《参考》東北地方における知財に関する連携協定…… 20
知財に関する支援機関…… 22
知財に関して学べる動画サイト…… 22

なぜ今、知財？

地域の金融機関が、顧客企業に対する事業性評価や伴走支援を行い、地域経済を下支えし、それが翻って地域金融機関の経営を安定的なものにする。こうした好循環の確立が求められています。※1

顧客企業の事業性評価は、単に担保に頼りすぎない融資を実行するため※2ということだけではありません。同じく伴走支援も、人的資源が限られていて「強み」を経営に充分に活かすことができていない中小企業への金融機関としての対応※3という意味にとどまりません。特に地方圏においては、人口減少の影響により長期的に金融機関の貸出金規模が縮小することが予測されています。これまでの担保・保証等で保全された顧客企業、信用力に問題のない優良企業を中心に単純に貸出残高を積み上げることだけでは、金融機関の収益を将来的に確保することが困難となることが指摘されています。※4

このように、顧客企業の事業性評価並びに伴走支援は、金融機関のサステナビリティにおいても重要課題であるのです。貸出金規模を維持・拡大するための新しいチャレンジが求められています。

事業性評価や伴走支援といった機能を充分に果たすためには、顧客企業の事業の強みの源泉である「信用」、「のれん」、「技術」といったその企業が保有する知的資産への理解が不可欠です。知的資産への理解と適切な活用は、その企業の未来を切り拓き、それを支える金融機関にとっても事業機会の拡大をもたらします。

東北地域においても、一部の金融機関は知的資産の把握・活用による事業性評価及び伴走支援の高度化に取り組み始めています。また、知財に取り組む体制を強化をされている金融機関もあります。本事例集では、その取り組みの一部並びに他地域における好例を取り上げました。

第１章ではまず金融機関職員に求められる「知財に気づく力」の伸ばし方について、セミナーでの発言も参照しながら具体的にみていきます。

第２章からは、「事業性評価への取組」、「効果的な伴走支援に関する取組」、「『知財』に取り組む体制の強化」の３つの観点から６つの金融機関の事例を紹介します。

※１　元金融庁長官の遠藤俊英氏らによる「金融改革史」（日本経済新聞出版　2023年）からの引用

※２　2014年７月の金融モニタリングレポートで過度に担保等に依存しない金融仲介機能の発揮のための「事業性評価」の重要性が言及された。

※３　2022年３月に中小企業庁の伴走支援の在り方検討会から「中小企業伴走支援モデルの再構築について～新型コロナ・脱炭素・DXなど環境激変下における経営者の潜在力引き出しに向けて～」と題する報告書が出された。

※４　2016年９月　金融庁「平成27事務年度金融レポート」　金融庁が独自に行ったシミュレーションの結果として、預貸金利さやの縮小により現状のままのビジネスモデルでは継続できない可能性が指摘されている。

第１章　「知財に気づく力」を身につけよう

令和５年10月に開催された知財セミナーで紹介された長野県信用組合の取り組みは、「知財」すなわち知的資産は、知的財産権に限らない広い意味での企業が持つ無形の経営資産であること、そのため金融機関にとって日常の業務の中に顧客企業の知財に触れる機会があることをよく表しています。

ここでは、本セミナーでの発言を引用しながら、「知財に気づく力」を身に付けるヒントをお伝えしたいと思います。

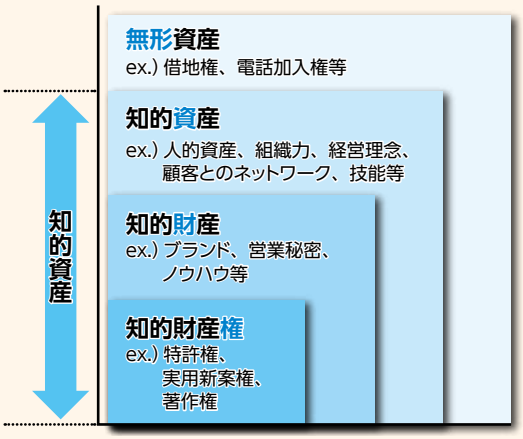
講師　　長野県信用組合　上席調査役　竹内 三明 さん
INPIT 長野県知財総合支援窓口　支援担当者 久保 順一 さん
PATRADE 株式会社　代表取締役　富澤 正　さん

※肩書はセミナー当時のもの

1.「知財」とは

ここで、「知財」とは、右の図の『知的資産』を含む幅広い概念を表しています。

「知財」というと特許権や商標権、実用新案権などの権利化されたものだけと捉えがちですが、お客様の持つ技術力はもちろん、経営資源や組織力、ブランド価値などを含む「企業の強み（に繋がる全て）」を指すとお考えください。



中小企業基盤整備機構「知的資産経営マニュアル」より

【竹内さん】　知的資産と知的財産権を完全に混同している経営者が多く、知的資産とは何か（人的ネットワーク、技術力、ノウハウなど）を先ず理解してもらう、気づいてもらうことが知財経営の入口であるといえます。

2. 専門知識の習得は必須ではない

「知財」というと特許や商標に関する専門知識が必要なのでは？と考える方も多くいらっしゃるかと思います。確かに専門的な研修を受けて知的財産権制度に関する理解を深めることも有用ですが、金融機関の職員にとっては専門的な知識は必ずしも必要ではありません。

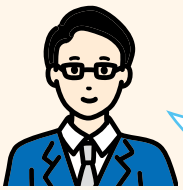
「これはひょっとして知財に関わることではないか？」と気づけるだけで十分です。気づいたらそれを専門家につなぐような支援を行うだけで、お客様に喜んでもらえる筈です。

【竹内さん】　知財の専門的知識は必ずしも必要ではありません。社長とのちょっとした会話から知財面で対応が必要な点がないかなど聞き逃しのないようにする「アンテナの高さ」が必要となります。その先の専門的な部分は相談先（支援機関、専門家等）を準備しておけば十分です。

3. いつもの仕事に「知財」が隠れています

「知財の支援を行う」というと準備が必要で大変！という印象をお持ちの方も多いと思いますが、そこまで準備は必要ではありません。実際、行員の方々が日常行っている業務の中にも「知財」は含まれていて、意識されていないだけで、既にその取組を実施されているかもしれません。

したがって、お客さまと話をしていくなかで、「ひょっとしてこれはお客様の知財じゃないか？」と見つけられることが重要で、日常の仕事の中でそのこと（知財）を意識することがまず必要なのです。



【富澤さん】 自社の「強み」に気づいていない会社が多いという印象を持ちました。経営を続けていく中で差別化と独占化みたいなところもあると思いますが、差別化できてなかったらそもそも会社は続いていない。だからその強みという部分が知的資産で、それを見つけてあげることが必要です。

4. 具体的な取組方法

1）お客様の知財情報を調べてお客様と仲良くなろう

「知財」への取り組みの準備として、最初に取り組んだ方がいい簡単な方法として、独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）が提供する「特許情報プラットホーム（J-PlatPat）」を利用することが挙げられます。簡単な操作でお客様の特許や商標などの情報を確認することができます。

お客様を訪問される際に、10分程度時間を取ってJ-PlatPatを使ってお客様の特許や商標を調べてみましょう。お客様の持っている権利を調べて、それを会話の糸口とすることが可能です。技術の難しい部分は理解できなくても構いません。逆にその技術をお客様に教えてもらいましょう。共通言語として「知財」を活用することでお客様と仲良くなれるのです（J-PlatPatの使い方は6ページ参照）。

【竹内さん】 知財を切り口として社長と話せれば間違いなく話は弾みます。予定していた時間が過ぎても社長との話しが続いていたり、工場見ていかない？とか製品見ていかない？とか声がかかったりしたこともありました。「自社の理解」、これを社長は求めてるんだと思います。

2）お客様の「強み」を一緒に考えよう

お客様は自社の強みに気付いていない、或いは、自社の強みを強みとして理解されていないケースが多くあります。お客様にとって「当たり前」のことであっても実は当たり前ではないということです。

お客様と話をする際に、「なぜこの商品は売れているのだろう」だとか「本当はここが強みではないのか」などお客様と一緒に考えてみてはいかがでしょうか。金融機関という第三者目線から見ることで、お客様の「強み」が明らかになるかもしれません。

【竹内さん】　強みと気づいていない（知財を意識していない）が故に大変なことも起きました。「新商品が他社の権利を完全に踏んでいますよ」「えっ？」「その商品名使っちゃまずいですよ」というようなこともありました。強み（知財）に気づくってことは強み（知財）に気づいてないが故に弱みになる。さらに言うともっと大変なことが起きることもある。ここを気づかせてあげたら本当に金融機関は感謝されると思います。

3）支援のネットワークを活用しよう

お客様の強み（知財）がわかったとして、それをどのように伸ばしていけば良いのでしょうか。

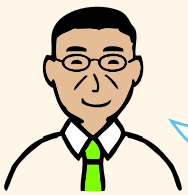
金融機関だけではお客様の強みを伸ばすのは難しいと感じられているかもしれません。

しかし、ご安心ください。

お客様の強みを伸ばすことを手伝ってくれる「INPIT 知財総合支援窓口」をはじめとする支援機関があります。お客様はこうした支援機関があることをご存じない場合も多いので、こうした情報をお客様にお伝えして支援機関を積極的に利用していただきましょう。

また、金融機関によっては支援機関や専門家のネットワークを持っていることも多く、更に地域によっては支援機関との間に知財に関する「連携協定」を結んでいる所もあります。

金融機関の強みともいえるこうしたネットワークをフル活用してお客様の支援に役立ててください。

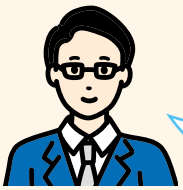


【久保さん】　INPIT 知財総合支援窓口が単独で支援先を発掘しようとするとある程度限られた範囲になってしまいますし、そもそもお客様が知財を認識してないと連絡も貰えません。知財を認識してないという点は、誰かが気付かせてあげることが必要になるのです。金融機関さんは色々な会社とお付き合いがありますから、お客様に知財を認識させていただけるだけで、お客様の方から支援窓口に連絡して貰えるようになります。

4）マッチングでも活きる知財の視点

金融機関の皆様は、お客様の新製品開発や販路拡大、新たな提携先を見つける機会としてビジネスマッチングを実施されることも多いかと思います。　その中でも特に、製造業を営む企業において効果的なマッチングの手段として「知財ビジネスマッチング」があります。これは、大企業に眠っている発明や、実用化されていない大学の技術などの内で開放する意思のあるもの（開放特許）を、中小・ベンチャー企業が活用することで新たな技術開発や商品開発に結び付けるというものです。

この「知財ビジネスマッチング」は、技術開発に割く資金がない中小企業と技術を眠らせている大企業の双方が得をする仕組みとして今注目を集めています。どのような開放特許があるかを調べるには、独立行政法人工業所有権情報研修館の「開放特許データベース」などが活用できます。技術開発の資金がないけれども新製品開発をしたいお客様がいる場合は、一度専門家にご相談されてはいかがでしょうか。



【富澤さん】　知財マッチングを金融機関と一緒にやらせていただいておりますが、新しい製品開発、第二創業といったイメージも持っています。誰かに継がせたいが今のままだと次に継がせたいほどのいいものがない、そういう時の取り組みとして大企業からアイデアを借りてくるという形で進めて良いと思います。

5）事業承継でも知財は有効です

現在、我が国では事業承継が大きな課題となっています。若い世代の価値観の多様化、不安定な経営に対する不安感、資金面での課題など後継者不足の要因は多岐にわたります。しかし、その会社が持続的な競争優位性を持っていれば話は違ってきます。そして、持続的な競争優位性を確保するためには「知財」を持っていることが非常に重要となります。「知財」を持っているならばその企業の製品やサービスに模倣困難なレベルの優位性があるということになり、長期的な経営の安定につながります。

お客様が事業承継に課題を抱えられている場合、お客様の「知財」を可視化し、将来に向けてそれを克服できる見込みが得られるならば事業承継に向けて大きな一歩を踏み出せるかもしれません。

【竹内さん】　後継者不在って日本中でものすごい問題になっていますが、単純にM&Aに関する問題じゃないと思います。もし知財経営をしている、知財を持っていれば、（その会社が）継がせたい会社、継ぎたい会社になりますよね。今こんな苦労させたくないとか、あんな会社継がなくていいだろうとか、そんな状況であっても、知財持ってたら継ぎたい会社、継がせたい会社に絶対なると思うのです。だから、事業承継でも（知財は）重要なことだなと最近感じます。

5. J-PlatPat に触れてみよう

独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT/ インピット）では、インターネットを通じて、誰でも、いつでも、どこからでも、無料で産業財産権情報の検索ができるサービスとして、「J-PlatPat（特許情報プラットフォーム）」を提供しています。J-PlatPat には簡易検索機能があり、特許検索に関する知識がなくても簡単に特許や商標を調べることができます。ここでは、その手順についてご紹介します。

①J-PlatPat の WEB サイトを検索

J-PlatPat の WEB サイトにアクセスするために検索エンジンを利用します。検索エンジンで「J-PlatPat」を検索し、WEB サイトへのリンクをクリックします。

なお、アドレスは以下の通りなので、直接 WEB ブラウザに打ち込んでいただいても構いません。

https://www.j-platpat.inpit.go.jp/

また、スマートフォンで利用したい場合は右の QR コードからもアクセス可能です。

②簡易検索画面

J-PlatPat のホームページにアクセスすると、簡易検索の画面が表示されます。ここで特許等の情報の簡単な検索が行えます。ここでは「日本酒」を例に検索してみます。

③検索結果

「日本酒」で検索すると、以下のような結果が表示されます。

「特許・実用新案」、「意匠」、「商標」のそれぞれの件数と検索結果が表示されます。

④さらに詳しい検索を行うには

お客様と会話をされる場合には簡易検索の結果を用いるだけでも十分可能かと思いますが、更に詳しく検索してみたい方は以下をご利用ください。

J-PlatPat 操作マニュアル

独立行政法人工業所有権情報・研修館では、J-PlatPatの操作マニュアルを提供しています。

PDF版がダウンロード可能となっており、また、冊子版の無料送付も行っております。

詳しくは以下のウェブサイトをご参照ください。

https://www.inpit.go.jp/j-platpat_info/reference/index.html

IP ePlat による無料動画講座

IP ePlatは、特許庁及び独立行政法人工業所有権情報・研修館が開発・作成したウェブサイト上のｅラーニング教材です。

パソコンを利用した視聴学習だけでなく、スマートデバイスを利用した視聴学習も可能となっています。

この中のコンテンツとしてJ-PlatPatに関するものもありますので、是非ご利用ください。

J-PlatPatのほかにも知財のことが基礎から学べる動画や、専門的な動画まで幅広いコンテンツがありますので、一度覗いてみてはいかがでしょうか。

https://ipeplat.inpit.go.jp/Elearning/View/Login/P_login.aspx

第２章　金融機関における知財への取組事例

★事業性評価への取組

①「技術支援アドバイザー」の知見を活用した地域企業の技術力向上支援と事業性評価

山形銀行

- ✓ 企業の技術力を正確に捉え、技術力向上支援を通じて企業の成長をサポートし事業性評価に活かす。
- ✓ お客様の財務と技術の両面を引き上げることで地域の活性化を図る。
- ✓ 評価結果を「工場見学レポート」として企業にも還元し、課題の共有と解決策の提言を行う。

山形銀行は企業の財務だけではなく技術力にも焦点を当てて事業性評価に取り組んでいます。山形県工業技術センターの元幹部職員を技術支援アドバイザーとして招き入れ、技術と財務の両面から企業をサポートする体制を整えています。技術評価は企業の技術力向上支援のベースとして活用するとともに、製造業に対する融資検討時の判断材料として活用されています。特に注目されるのは、評価結果を「工場見学レポート」として企業に還元している点です。銀行がどのように企業の技術を評価しているかを経営者と共有することにより、緊密な信頼関係を構築するとともに、弱点の克服や、長所をさらに強くしていくことへの動機につなげています。技術という知財情報の優れた活用例としてお話しをうかがいました。

《ご対応者》

山形銀行　営業支援部　地域振興推進室　法人グループ　調査役　髙橋　宏輔 氏
地域振興推進室　技術支援アドバイザー　小林　誠也 氏

▶まずは山形銀行様の地域企業に対する支援についての基本的な考え方をお聞かせください。

髙橋：地域企業の支援は当行の本業です。地域や企業の発展なくして当行の成長・発展はないという想いを持って、お客さまの支援に当たっており、特に山形県の基幹産業である製造業の支援に力を入れています。当行は、製造業の技術力を把握し、個々の企業への技術力向上支援を通じ、中長期的な県内産業競争力の向上を目指すことを主たる目的として取り組んでいます。

▶技術力への支援についてはいつ頃から力を入れていますか？

髙橋：2015年４月に「技術評価による事業性評価戦略」をスタートさせ、営業支援部が旗振り役を担い、営業店を含めて組織的に取り組みを開始しました。

▶「技術評価による事業性評価戦略」は具体的にはどのようなものですか？

髙橋：企業の財務面に加え、技術力を正確にとらえることで事業性を見極めて、より積極的な融資対応やコンサルティングを行うことで企業の成長を支援する取り組みです。これを当行では、「«やまぎん»ものづくり技術力向上支援プログラム～ Manufacturing technology improvement Support Program ～」通称MSPと呼称し、当行の長期経営計画においても特に重要な取り組みと位置付けています。

当行では、山形県工業技術センター出身の５名を「技術支援アドバイザー」として招聘し、企業の「技術評価格付（当行オリジナル）」を実施しています。主に県内主要産業である電子部品製造業、精密機器製造業、自動車部品製造業等を対象としています。技術評価格付は、製造現場の内部環境に加えて、他社との差別化要因なども考慮し、定性的な特徴を定量化するものになっています。

▶この取り組みを導入されたきっかけは何ですか？

髙橋：すべての始まりは、2014年に初代技術支援アドバイザーである山形県工業技術センター出身の久松氏が当行宛に手紙と履歴書を送付し、エントリーしてきてくれたことです。久松氏は、山形県工業技術センター時代に自らが支援した高い技術力を持った企業が2件続けて倒産してしまった経験から、企業が持つ良い技術であっても、しっかりとした経営基盤がなければ活用することができないという問題意識を持っていました。久松氏は、自らが銀行に所属すれば財務、技術両面から支援することができるのではないかと考え、当行へエントリーしたという流れになります。これを受けて、当行の役員が、その想いを汲み取り「ぜひやってみよう」ということになり、取り組みが始まりました。

▶現在どのような体制で企業支援に取り組まれていますか？

髙橋：私の所属する営業支援部地域振興推進室の法人グループ4名のメンバーと、技術支援アドバイザーの5名を中心として、営業店と連携しながら製造業支援の取り組みを展開しています。

▶支援先企業はどのように選定していますか？

髙橋：基本的には営業店の担当者からの依頼に基づいて選定しますが、当部にて対象先を選定し、営業店へ提案を行う場合もあります。営業店のマインドが高まっていることに加えて、営業店による本取り組みに対する評価上のインセンティブを設けていることもあり、年々取り組み件数が増加傾向にあります。

▶企業に対してどのような支援をされていますか？

髙橋：すべての起点である工場見学・技術評価を実施することで、企業の強みや弱み等を含めて理解が深めることで、特有の課題が浮かび上がります。顕在化した課題に対して、工場見学レポートを手交して解決策の提案を行いますが、当行単独での支援には限界があります。そこで、山形県工業技術センターや山形大学等の各種支援機関（MSPサポーター）の支援も得ながら、県内の研究開発型企業に対して、高難易度補助金である「サポイン」の申請に向けて関係機関の招聘や各種諸調整等のコーディネートを行い、実際に採択へ導いた事例もあります。

▶具体的にはどのように技術を評価されているのですか？

髙橋：営業店の担当者とアドバイザーが企業を訪問し、工場見学を行います。前述のとおり工場見学をすることで、企業の強みや課題など企業の特徴が見えてきます。この結果を技術評価に落とし込むと同時に、課題解決に向けた提案を盛り込んだ「工場見学レポート」を企業にお渡しすることで、銀行としての見方を伝えつつも一方通行ではなく互いの目線を合わせることに重点を置いています。営業店担当者単独では困難な技術面における議論についても、技術支援アドバイザーの存在により、一歩踏み込んだ対話・提案が可能になっています。なお、現在は累計800社超の技術評価を実施しています。

▶「技術評価格付」はどのようなスパンで実施されていますか？

小林：基本的には3年を一つのスパンとして評価していますが、工場の新設や大型の設備投資などの事案があった場合は不定期に評価しています。

▶「技術評価格付」はどのように活用されていますか？

髙橋：融資の際には財務面の信用格付に加えて技術評価格付についても協議資料へ盛り込まれます。融資の協議資料にもため、営業店の担当者も技術をより深く理解している必要があります。

▶行員の方々に対して製造業支援に関する研修などは実施されていますか？

髙橋：行員向けに製造業支援に関する研修を実施しています。主に営業店の若手法人担当者が受講している「目利き能力養成講座」では実際に企業への工場見学を実施し、自ら技術評価を実施することで、技術支援アドバイザーの知見を行員へ継承させていく活動も行っています。

《専門家によるご意見》

地方創生に関する取り組みをミッションとして掲げる金融機関は多いのですか、トップが明確にそのことを意思表示して舵を切っている所はそんなに多くはありません。トップが5人の技術支援アドバイザーを採用して地域の製造業支援に取り組まれたことは素晴らしい取り組みだと思います。

（国立大学法人山形大学　大学院理工学研究科教授　小野浩幸 氏）

★効果的な伴走支援に関する取組

②本業支援体制の強化によるコンサルティングの実施

青森銀行

✓ 「ビジネスパートナー部」創設によりお客様の本業支援体制を強化。
✓ 知財と事業との関係性を評価したレポートの活用によりお客様の事業をより深く理解。

青森銀行では「ビジネスパートナー部」を創設し、一次産業、観光業、食品・工業系製造業などの業種に力を入れてコンサルティングに取り組んでいます。コンサルティングにあたっては、INPIT青森県知財総合支援窓口や県の公設試験研究機関の協力も得ています。トータルで事業に関わることをつうじて、個別の融資とは異なる「伴走型」の支援を可能としています。また、知財と事業との関係性を評価したレポートである「知財ビジネス評価書」も活用し、お客様の事業を深く理解された支援をされているということでお話しをうかがいました。

《ご対応者》
青森銀行　ビジネスパートナー部　事業コンサルティング課　課長　早狩　竜弥 氏
十文字紳伍 氏

▶お客様の本業支援体制をどのように強化されたのですか？

十文字：青森県では人口減少や高齢化、企業の県外流出などの課題を抱えていますが、本業支援にもっと力を入れようということで2021年2月にビジネスパートナー部が創設されました。一次産業、観光業、食品・工業系製造業などの業種に力を入れてコンサルティングに取り組んでいます。

早狩：今までも本業支援の取り組みは行っていましたが、ビジネスパートナー部を新設することで深みを持たせていくとともに、ノウハウの蓄積も行いたいと考えています。

▶コンサルティングはどのように実施されていますか？

十文字：行員が得意としている経営コンサルに加えて、実務面のアドバイスについては専門家に協力をお願いしています。

早狩：内容の濃い本業支援を行えるように専門家とタッグを組んでアドバイスをいただきながら一緒にコンサルをしています。我々もその中で学びながら少しずつステップアップしてコンサルを進化させています。

▶実際の企業支援はどのよう体制で実施されていますか？

十文字：企業支援の際には営業店と本部と専門家でチームを組んでサポートを実施しています。営業店の行員も会議に参加していただくと企業に対する理解がより深まるので、一緒に行った営業店の行員などは感度が高くなっていると思います。

▶企業支援において公的機関などの協力を得ていますか？

十文字：INPIT青森県知財総合支援窓口などの公的機関のお力も借りています。

▶コンサルティングの対象となる企業をどのように選定していますか？

早狩：営業店がやはりお客様との接点になっているので、営業店がお客さんの悩みや課題をヒアリングし、その課題に対して何かできない

か我々で拾い上げたり、営業店から直接相談があったりしてサポートにつながっています。

▶コンサルティングを実施される時に使われるツールは何かありますか？

十文字：商品開発やブランディングではJ-PlatPatを使って商標を確認しています。INPIT青森県知財総合支援窓口からも指導をいただいて、攻めと守りという感じで活用しています。

早狩：新規の事業に取り組まれるお客様には最初に商標の権利関係を確認いただくように我々もお声がけをするようにしています。

▶コンサルティングにおいて「知財ビジネス評価書」はどのように活用されましたか？

十文字：特許庁の事業で、知財と事業の関係性を評価したレポートである「知財ビジネス評価書」を作成しました。本業支援において必要と考えられるお客様に提案して活用していただきました。私の取り組んだ事例では、レベルの高いシステム開発をされており、知的財産になるかもしれないとのことでしたので、評価書作成の募集とマッチして作成に至りました。その結果、他社の権利も侵害しておらず、ビジネスとしても抑えておくべきだという話になり、権利化につながりました。お客様からは「知財ビジネス評価書」を作ることで自社と他社のシステムの違いが明確にわかり、自社の強みも分かったので非常に勉強になったという声をいただいています。我々としてもお客様の事業をより深く理解するという点では大きなメリットがあります。

▶お客様の事業を評価されているとのことですが、どのようにされていますか？

早狩：まずは中核となるお客様の事業性評価を営業店に進めてもらいました。その際、営業店に対する評価ポイントとしても還元しています。その評価を本部のビジネスパートナー部とも共有して課題解決に向けてブラッシュアップし、お客様の提案につなげていこうという取組を行っています。

▶事業性評価の具体的な方法について教えてください。

早狩：お客様の事業性評価については、事業の強みや弱み、外部環境についてSWOT分析などを取り入れて評価しています。評価することでお客様の課題が見えてくるので、課題解決に向けた提案まで差し上げています。事業性評価については営業店でやってもらっていますが、やはり営業店が一番お客様を知っているからでもあり、逆にお客さんのことをよく知るきっかけにもなっています。評価書を資料として残すことで担当が変わっても評価書をみることでお客様のことが分かります。そうした情報の蓄積にもなっていますのでこの取組は徐々に大きくしていきたいと思っています。

▶事業性評価をするメリットは何ですか？

早狩：融資の審査をする上でも事業性評価があると、こういうお客様だというのがすぐに分かるのでスムーズに進みます。また、事業性を評価しての無担保での融資の取り扱いも増えてきています。

十文字：お客様の事業を理解することにより、融資のみならずお客様が課題としている部分の解決をこちらから提案することができます。

▶行員のスキルアップとして取り組まれていることはありますか？

早狩：行員対象の研修を実施して行員のスキルアップを図っています。初心者向けや中級者向けの研修、また行内資格制度も設けています。財務だけの評価だけではなくSWOT分析や5フォース分析などの分析手法を用いて広い視野を持って事業をみる研修も実施しています。

★効果的な伴走支援に関する取組

③地域ブランド（ユキノチカラ／統一ブランド）創出への貢献

北上信用金庫

- ✓ 「ユキノチカラ」という統一ブランドによる企業支援を実施。
- ✓ 県内のデザイナーとのコラボレーションによる商品開発、パッケージデザイン等を実施。
- ✓ 金融機関のネットワークを活用して取組を下支え。

北上信用金庫では地域のブランディングに取り組んでいます。特徴的なのは、「ユキノチカラ」という統一ブランドにより西和賀町の企業支援に主体的に取り組んでいる点です。2012 年頃から信金中央金庫と一緒に観光業の現状分析や課題の洗い出しなどのコンサルティングに取り組んだことが発端となっています。北上信用金庫が事務局的な役割を果たし、西和賀町、信金中央金庫、日本デザイン振興会と一緒になって統一ブランディング事業がスタートしました。商標の活用・ブランディングが、事業の立ち上げからマーケティング、販売までも関わることとなり、事業トータルでの伴走支援につながっているということでお話しをうかがいました。

《ご対応者》

北上信用金庫	常勤理事	第２ブロック・ブロック長	高橋　祐樹 氏
	業務執行役員	総合支援部長	三田　昭彦 氏
	総合支援部	副部長	齋藤　映香 氏

▶「ユキノチカラプロジェクト」の始まりについて教えていただけますか？

髙橋：当金庫は岩手県西和賀町との関係が深いのですが、西和賀町は産業の衰退や人口減少が進んでいます。西和賀町は温泉で栄えていたのですが観光業がどんどん衰退しており、2012年頃から信金中央金庫と一緒に観光業の現状分析や課題の洗い出しなどのコンサルティングに取り組んできました。その中でふるさと納税の返礼品に関する事業を提案したのですが、ここから「ユキノチカラプロジェクト」が始まりました。

▶具体的にはどのように取り組みがスタートしたのですか？

髙橋：西和賀町の企業の魅力的なパッケージデザインなどについて信金中央金庫とも相談していたのですが、丁度日本デザイン振興会がデザインを通した地域活性化の取り組みについて信金中央金庫と相談されていたところでした。これに当金庫の案件が合うのではないかということでヒアリングに来ていただいて色々とお話をしました。

町内の複数の事業者さんが同じような悩みを抱えているので、町全体として何かできないかという話を町の担当に投げかけ、西和賀町、信金中央金庫、日本デザイン振興会と当庫が一緒になり、当庫が事務局的な形で調整し事業がスタートしました。

▶「ユキノチカラ」という名称はどのような経緯でつけられたのですか？

髙橋：西和賀町の魅力についてディスカッションを進めていくうちに、やはり「雪」が西和賀町の魅力だという統一見解に至ったため、「ユキノチカラ」を統一ブランドとすることといたしました。町民の方たちは負のものとも感じている「ユキ」を「チカラ」に変えるということを町民の方にも伝えたいと思いました。

▶「ユキノチカラプロジェクト」ではどのような活動をされていますか？

髙橋：西和賀町には雪深い地域で生まれたおいしい食材などが揃っているのですが、十分にそ

の魅力をアピールできていないということで、それらの魅力を高めるために「ユキノチカラ」という統一ブランドの下、町内の事業者と岩手県内のデザイナーが協力して新商品開発やパッケージデザインのリニューアルなどを実施しています。西和賀町には大きな事業者がないので、統一したブランドで複数の事業者の商品を展開する方が西和賀町には合っていると判断しました。当金庫はこれらの活動をビジネス面でサポートしています。

▶このプロジェクトはどのような財源で進めていく方針でしたか？

髙橋：事業の原資としては、当初ふるさと納税を使うことを考えていました。ふるさと納税をしてもらう時の使途として「産業の振興」に指定されたものを事業者さんの設備投資やパッケージの見直しに活用するという仕組みです。しかし、丁度地方創生が盛んになってきた時期であったため、国からの地方創生推進交付金を活用することができ、この取り組みを加速させることができました。

▶プロジェクトで生まれた商品の商標権は出願をされていますか？

髙橋：「ユキノチカラ」も商標として出願しました。デザイナーさんや日本デザイン振興会も入っていたので、商標が重要であるという意識は持っていました。また、参加している事業者の商品を調べたら他社の商標を侵害しているものがあることにも気づいたため、その商品の名前を変更したこともありました。J-PlatPatもよく使っています。岩手県発明協会に知財のセミナーを開催してもらったこともあるのでJ-PlatPatを使える職員もいます。

▶「ユキノチカラ」の周知活動はどのようにされていますか？

齋藤：ホームページの制作や新聞の発行などを行っています。「ユキノチカラ新聞」というものを作って商品や事業者の紹介をしています。町内の全戸に配布し、当庫の支店にも置いています。

髙橋：東京ミッドタウンで開催した「ユキノチカラ」の発表会も大変盛況でした。東京ミッドタウンでは西和賀町の郷土料理であるビスケットの天ぷらのキッチンカーも出しました。

齋藤：また、社会教育プログラムという形で西和賀高校や教育委員会とも連携して「魅力発見ラボ」という取組を実施しています。ここでは地元のデザイナーも参加して生徒たちがLINEスタンプを作ったり、地元の食材を使った商品開発などを実施したりしながら、子供たちが町の魅力に気づいてもらえるような活動をしています。

▶この取組の効果についてお聞かせください。

齋藤：パッケージをデザインして、販路もちゃんとつくことで西和賀町の商品の付加価値を高めて販売することが可能となっています。参加された事業者さんの売上も上がり、関東方面への販路拡大もできており、「信金さんのおかげだ」という声も頂いています。

また、プロジェクトで始まったデザイナーさんと事業者さんとの関係も続いていて、ロゴや看板のデザインも自費でお願いされているようです。当初から事業者が自立することを目的としていましたから、うまく回ってきているといえます。

▶この取り組みを将来的にはどのように発展させたいですか？

髙橋：今は商品を県外の方に売ることで売り上げを確保している所ですが、将来的には西和賀町の魅力を発信して観光に来ていただくことが目標と考えています。西和賀町へのツアーを開催したこともあるのですが、来ていただいた方は西和賀町の自然の魅力に共感して頂けたようです。

▶金融機関としてこうした取り組みへのサポートに対する考え方をお聞かせください。

髙橋：当金庫をはじめとする金融機関は様々な情報やネットワークを持っているので、それを裏でうまくつなげる役割をすることが一番大切だと思っていますし、このプロジェクトが進んでいるのも裏での下準備や調整がうまくいったからだと思います。

《専門家によるご意見》

岩手の地元のデザイナーさんは元々連携して仕事をされているという印象を持っています。このデザイナーの方々は商品開発やパッケージデザインをする時にも商標をはじめとした知財に対する意識が割とある方々だと思いますが、こうした方々とうまく連携する体制がとれたことも「ユキノチカラプロジェクト」の成功の要因の一つかと思います。

（SANSUI国際特許事務所　弁理士　村雨圭介 氏）

★効果的な伴走支援に関する取組

④知財ビジネスマッチングによる新商品開発支援

福岡ひびき信用金庫

- ✓ 「川崎モデル」の導入により「知財ビジネスマッチング」を推進。
- ✓ やる気のある経営者を探してマッチングを進める。
- ✓ 「知財ビジネスマッチング」を本業支援の特徴の一つとして取り組む。

「知財ビジネスマッチング」は大企業の開放特許等を中小企業とマッチングさせる活動ですが、特許等のライセンスを得ることはもちろん、やる気のある中小企業経営者が何をやりたいのかを知る対話の場づくりともなっている点が注目されます。また、職員にとってもマッチングをした後に売り上げにつながらないと金庫にとって意味がないので、売り上げにつながるまで支援を行う意識が醸成され、トータルな伴走支援につながっているとのことでお話しをうかがいました。

《ご対応者》

福岡ひびき信用金庫　ソリューション営業部　事業支援グループ　審議役　河野　祐一 氏
審議役　原田　俊夫 氏

▶貴庫では事業者さんの本業支援にどのように取り組んでいますか？

原田：10年以上前から本業支援に取り組んでいます。営業店の渉外係が事業者にヒアリングして出てきた課題に対して、必要であれば本部で拾い上げて実際に同行訪問などをしています。経営相談に対する経営資源が限られているので、できるだけ外部の専門家を活用しています。その専門家のネットワークをできるだけ広げ、あらゆる相談に対応できるようにしてきました。特にコロナ後に経営が厳しくなっている事業者を訪問して経営改善を進めてきました。

河野：売上向上を支援する一つの手法として知財の活用も進めていますが、その中で「開放特許」というものを聞いて逆転の発想だなと思いました。今では開放特許の活用が知財活動の中心になっています。

▶どのような経緯で知財ビジネスマッチングに取り組まれたのですか？

河野：最初は平成27年に特許庁の「やる気補助金」を使った川崎モデル※を全国展開させるためのマッチング会が北九州市で開催されたのですが、そこに協力機関という形で参加しました。開放特許を活用した知財ビジネスマッチングを知ったのはその時が初めてでした。しかし、その時は残念ながらうまく行かず一旦退いたのですが、令和元年に九州北部信用金庫協会の取り組みとして開放特許の活用に再度トライしました。この時も「やる気補助金」を活用しました。九州北部の13信用金庫のグループで取り組んだことでノウハウなどの情報交換や失敗事例の共有ができ、成功の確率が高くなったのだと思います。

▶どのようにマッチングに取り組む事業者を探していますか？

河野：マッチングについては本部の方でめぼしい事業者さんをピックアップし、営業店に確認してもらって進めています。また、以前失敗した経験を踏まえて少しアプローチの方法も変えました。以前は技術を持っているところとのマッチングを考えていたのですが、改めて取り組んだときにはまず新製品開発などに意欲のある社長を探すことから始めました。社長にヒアリングをするとやりたいことがだんだん見えてきます。そして、今度こういう開放特許のシーズ説明会があるので一緒に話を聞きませんかとお声がけし、我々も一緒に参加するようにしています。

▶シーズ説明会はどのように開催されていますか？

河野：定期的なオンラインのシーズ説明会を川崎信金さんと大牟田柳川信金さんと合同で開催しています。今年度からは尼崎信金さんも参加しています。これはもともと川崎信金さんが対面で開催していたものですが、コロナで一旦中断したものをオンラインなら広域で開催可能ということで一緒に開催するようになりました。川崎信金さんが色々なネットワークを持たれているので、ご協力をお願いしている状況です。

▶金融機関としてマッチングにはどのように関わられていますか？

河野：技術的なところは事業者の方が当然詳しいので、我々の役割としましては事業者さんが前向きにやってみようとか、逆にこのような技術はないかといった時に、PATRADE株式会社の富澤正先生だとか特許流通コーディネーターの方につなぐといった次のステップを紹介することとなります。

また、内容によっては我々がライセンサーさんとの間に入ることもあります。開放特許の扱いに慣れた大企業などは我々が直接間に入っても問題ないのですが、そうでない場合は専門家の先生に入って頂いた方が助かります。

▶どういったところまでマッチングには関わられているのですか？

河野：マッチングをした後も売り上げにつながらないと意味がないので、基本的には商品化して売り上げにつながるまで、販路開拓の支援などの伴走支援をしています。我々としてもマッチングの入口部分よりその後の支援の方が得意分野ではあります。

▶成功例としては何件くらいありますか？

河野：知財ビジネスマッチングの成功の定義にもよりますが、製品化したものを含めて製品開発の検証まで進んだものとしては5件あります。

▶どのような場面で専門家の力を借りていますか？

河野：正直な所、スタート時には我々もどう進めていいのか困っていたのですが、富澤先生に色々とノウハウをお借りして、展示ブースやパネルの設置から助けていただきました。

やはり、マッチングの幅を広げていくには専門家の力が必要になります。例えば一つの会社でもシーズ集に載せているもの以外の開放特許もあったり、開放してもいいよという特許があったりしますが、そういったところは我々でどうにかできるものではないので、専門家の方にお願いするのが効率的かなと思っています。

▶知財ビジネスマッチングを利用された事業者さんの感想を教えてください。

河野：自社開発したかったけれどもできなかったものがライセンサーさんの方で既に色々な検査を経た製品を提供してくれるので非常にありがたいですとか、シーズを見てこの素材ならうちの商品だとこういう使い方があるかもしれないという新製品のヒントにできてよかったということを聞いています。新製品開発をするにしても知財ビジネスマッチングを利用するとワンステップ上の新製品開発を目指せるのではないでしょうか。

▶どういった権利のマッチングが多いですか？

河野：我々のやっているマッチングでは商標使用権に関するものが多いですね。もちろん原材料に特許が含まれるものもありますが、特許の使用許諾という形ではなく商標の使用権が多くなっています。

▶今後の方針について教えてください。

河野：金融機関同士が事業者さんの本業支援で競い合うのは悪いことでは絶対ないと思います。その中の我々の特徴の一つとして知財ビジネスマッチングを引き続き続けていきたいと思っています。

《専門家によるご意見》

特許や商標というのは突発的に生まれるものなので、そういったところに日常的に金融機関がアプローチするのは難しいと感じています。それに比べて知財マッチングは、やる気のある事業者ならどの事業者でも利用可能なものだと思います。福岡ひびき信用金庫さんも前向きな事業者さんに受け身ではなく攻めの姿勢でアプローチされたのがよかったのではないかと思います。

（PATRADE株式会社　代表取締役　富澤 正 氏）

※川崎市が実施する、大企業の開放特許を活用し中小企業の製品開発を支援する事業。

★「知財」に取り組む体制の強化

⑤「あきぎん如学カレッジ」での幅広い年齢層が参加する知財研修

秋田銀行

- ✓ コンサルティング人材の育成を目的に知財研修を開催。
- ✓ 実在の企業をテーマとした知財目線での改善提案に関する講義を実施。
- ✓ 幅広い年齢層の参加により通常の研修とは異なる効果を発揮。

知財の活用が、金融機関の事業性評価や伴走支援に有効であることを理解していても、そのための人材育成に苦心されている金融機関も多いといえます。秋田銀行では企業内大学である「あきぎん如学カレッジ」を開設して人材育成に努めています。「知的財産経営コース」のカリキュラムは秋田大学の協力により実現し、15回の講義の内、最初の10回を座学、後半の5回を実技編という構成で、実在の企業をテーマに知財目線での改善提案についてディスカッションする内容となっています。知財に関する知識の習得にとどまらず、顧客との対話力の醸成にまで意識したカリキュラムとしているところが特徴的であるということでお話しを伺いました。

《ご対応者》

秋田銀行　人　事　部　人材育成チーム　上席副長　米沢　　学 氏
　　副 主 査　池田早紀子 氏
　　営業支援部　法人支援チーム　上席副長　高橋　史樹 氏

▶貴行で実施している企業内大学の概要を教えてください。

秋田銀行では、企業内大学「あきぎん如学カレッジ」を2021年3月に開講しました。「あきぎん如学カレッジ」は意欲ある職員が自主的に参加し、主にオンライン形式で開催しています。平日の業務終了後、月に1回から2回の講義があります。日常業務や行内研修だけでは習得し難い学びを得られる場として、通常の研修とは別の枠組みで開催しており、「意欲ある職員が自ら学ぶ機会、プラットホーム」というコンセプトを掲げています。各コース20名程度の定員を設定し、今期はすべてのコース合わせて70名程度が参加しています。

▶ここではどういったことを学べますか？

設立当初は「知的財産経営コース」と「コンサルティングコース」の2つのコースで開始しました。2022年度に「FP実践コース」、2023年度に「DX支援基礎コース」を新設し、全4コースで実施しています。

▶知的財産経営コースを導入されたきっかけは何ですか？

お客さまのニーズに応えるコンサルティング営業を実践する人材の育成に組織として取り組んでおり、その一環として「知的財産経営コース」の導入を決めました。

▶知的財産経営コースを受講される方はどのような方ですか？

営業店の法人担当者が多いですが、若手から支店長クラスまで幅広い年齢層の職員が受講しています。

▶このコースの講師はどのような方ですか？

講師は秋田大学 産学連携推進機構の伊藤慎一准教授にご協力いただいており、カリキュラムについても伊藤講師と相談して決めています。伊藤講師は知的財産や知財金融、マーケティング・ブランディングを専門とされ、社会人向けのアントレプレナー教育や知財人材の育成などに取り組んでいます。講義では、産業財産権４法の概説から、特許権や商標権などの概要のほか、行動経済学の観点を交えたマーケティング・ブランディングについて講義いただきました。ある講義では、実際に民間企業でマーケティングやブランディングに携わっている方をゲストとして招いてお話を伺ったこともあります。

▶このコースはどういった形式の授業になりますか？

講義はオンライン形式で夕方６時半から８時までの一時間半となっています。１年間で15回の講義を実施しており、最初の10回は座学、後半の５回は実技編ということで、実在の企業をテーマにディスカッション形式で知財目線での改善提案などを実施のうえ、最終的にはグループによる成果発表を行っています。

▶資格試験の受験を導入されたと伺いましたが、概要を教えてください。

企業内大学の学びのアウトプットとして知的財産管理技能検定３級の受験を奨励しました。

▶知的財産経営コースに参加された方の感想を教えてください。

参加した行員からは、「知財について学んだことで事業性評価にも役立った」、「特許を取得している企業と対話を深めることができた」などの声が寄せられました。また、幅広い年齢層が参加したため、階層別研修ではなかなか一緒にならない若手と支店長などが、同じグループで作業し良い刺激を受けた、お客さまとの面談の際に新たな視点や観点でやり取りができたという感想もありました。これまで学ぶ機会のなかった知財について、伊藤講師より体系的にご講義いただいたほか、ブランディングやマーケティングも含む広範な内容について実例を交えたお話を伺うことができ、参加した職員にとって非常に良い機会になったと考えています。

※知的財産管理技能検定は、技能検定（働くうえで身につける、または必要とされる技能の習得レベルを評価する国家検定制度）の中の「知的財産管理」という職種に関する国家試験です。知的財産（知財）を管理（マネジメント）する技能（スキル）の習得レベルを測定・評価するものです。

（「知財管理技能検定ホームページ」より）

★「知財」に取り組む体制の強化

⑥山形県発明協会との連携協定による４信金連携事業

鶴岡信用金庫

- ✓ ４つの信用金庫との連携協定で山形県内全域をカバー。
- ✓ 連携協定の締結により知財を活用した地域活性化に取り組む。
- ✓ 「自社の強み」としての知財を再認識してもらうセミナーを開催。

山形県内の４つの信用金庫（山形信用金庫、米沢信用金庫、鶴岡信用金庫、新庄信用金庫）は山形県発明協会及び山形県信用金庫協会と連携協定を締結し、知財に関する取組体制の強化を図られています。県内全域をカバーする連携体制を構築するという画期的な取組であるといえます。
他機関との連携による知財支援体制の強化の在り方について鶴岡信用金庫と山形県発明協会にお話しを伺いました。

《ご対応者》

鶴岡信用金庫　営業統括部　営業推進課　地域創生グループリーダー　粕谷　　聡 氏
調査役　池田　　謙 氏
一般社団法人山形県発明協会　事務局長（INPIT山形県知財総合支援窓口 事業責任者）　大通　　薫 氏

▶連携協定を締結された切っ掛けは何ですか？

大通：私が山形県発明協会に着任した時は金融機関との連携が少なかったのですが、過去に信用保証協会にいた経験から山形県内の金融機関をよく知っていたので声をかけてみました。その時、鶴岡信用金庫さんにまず興味を持っていただけて、最初に鶴岡信用金庫さんと連携協定を締結しました。それが新聞などにも取り上げられ、その後県内の他の３つの信用金庫さんと山形県信用金庫協会さんとも一緒に６機関による協定という形で連携協定を結ぶこととなりました。４つの信用金庫さんと連携協定を結ぶことで県内全域をカバーできています。

粕谷：我々も企業支援には取り組んでいますが、これを強化していきたいという所で連携協定につながりました。もともとINPIT知財総合支援窓口が主催する支援機関の連携会議には参加してましたので、その繋がりは以前からもありました。

▶連携協定は何を目的としていますか？

大通：地域経済の活力を創出していくことを大きな目標といたしまして、「デザイン経営」の考え方も取り入れることを提案しました。地域密着である信用金庫さんとしても地域活性化は大きな使命として持たれているので、同じ方向を向いて取り組んでいけるのではないかと思っています。

▶連携協定についてはどのような体制で取り組まれていますか？

粕谷：連携協定については、お客様の本業支援を実施している地域創生グループが担当しています。当グループでは地域活性化などの地域貢献活動も実施しています。

▶連携協定では具体的にはどのような取組をされていますか？

大通：第１ステップとして、信用金庫の職員の方々に知財を活用する意識を持ってもらうため、我々が出向いて職員向けの知財の知識に関

する研修を実施しています。ここでは、知財がビジネスの様々な面で役立つことを伝えています。次に、信金からお客様にINPIT山形県知財総合支援窓口を紹介してもらい、個別相談に当たっています。更に、よろず支援拠点と信用金庫、INPIT 山形県知財総合支援窓口が一堂に会してワンストップで相談に当たる定期相談会も実施しています。

第２ステップとして、企業がデザイン経営を学ぶセミナーとワークショップを開催しています。

池田：月一回よろず支援拠点の出張相談会を開催して相談対応していますが、その中に今年度からINPIT山形県知財総合支援窓口の支援担当者にも入っていただいています。販路拡大などの相談でも知財面で意識すべき点をアドバイスいただけたりするなど、返す内容に厚みが出ている気がしています。通販を始める場合の商標の話など、いままでの相談よりも１歩踏み込んで知財面でのアドバイスが頂けるようになっています。

▶４信金連携での企業向けのデザイン経営セミナーはどのようなものですか？

大通：弁理士の土生哲也先生に自社の知的財産（強み）を見える化し、自社「らしさ」を言語化（明確化）する研修を実施してもらっています。やはり、県内の企業は知財というとまず特許をイメージして、自分には関係ないと思われる方が多いです。どの様な企業でも「自社の強み」としての知的財産が必ずあるはずですが、自社の強みに気づいていない（はっきりと認識していない）企業も結構あります。今回の研修に参加された企業からは「自社の強み」を見つめ直すいい機会になったとの声を聞いています。信用金庫の職員の方々からも企業と一緒に強みを見つめ直す機会は少ないので大変良かったと聞いています。今回の参加企業がコラボして新たな価値を見出し、地域活性化につながったという成功事例が生み出せればと考えています。

粕谷：デザイン経営や知財に対する考え方をお客様と共有するという意味でも担当の職員にも一緒に参加してもらうようにしました。ただ、デザイン経営という言葉になじみがないため集客には少し苦労しました。

池田：お客様に周知する際、いわゆる自社の強みをもう一度見直すために、知財の考え方を応用しようというのが今回のワークショップの趣旨だということを営業店の担当に説明してもらうようにしました。このセミナーには職員にも参加してもらいましたが、それをツールとして企業支援に使うまでにはまだ場数が必要かと思います。

▶今後、連携協定をどのように発展させたいと考えていますか？

大通：まだスタートラインに立った段階なので、土生先生と今後の展開方向を相談し、様々な関係機関からも協力を得ながら進めていきたいと考えています。デザイン経営の実践にあたっては、例えば、クラウドファンディングの手法を取り入れたり、試作品を作るときには公設試等に協力をお願いしたり、うまく組み合わせて進めていきたいです。企業同士が新たな価値創出に向け、反復、改善を繰り返しながら継続して取り組んでいけいるような場（仕組み）を作ることが重要なので、信用金庫さんと相談しながら進めていきたいと考えています。特に信用金庫さんは地域密着で企業支援をされているので、地域の課題解決につながるような動きとなれば最高ですね。とにかく、一過性のものではなく今後も相談しながら続けていきたいです。

▶今後、知財に対してどのような方向で強化していきたいですか？

池田：今後、手持ちの道具というところで職員が知財の意識を持って、事業者様に対して知財でこういう相談に対応してくれる所があるとか、知財の考え方を活用することで自社の強みを再発見できますよとかそういう話ができるようになると支援の幅が広がってくるのではないかと思っています。アドバイザーさんにもご協力をいただいて時間をかけながらそういう状況にもっていきたいです。

《参考》東北地方における金融機関との知財に関する連携協定

	協　定　名	連携の当事者
岩手県	岩手県知財金融推進コンソーシアム	株式会社岩手銀行 株式会社北日本銀行 株式会社東北銀行 盛岡信用金庫 花巻信用金庫 北上信用金庫 水沢信用金庫 一関信用金庫 宮古信用金庫 岩手県 岩手県信用保証協会 岩手県知財総合支援窓口コンソーシアム機関 （(地独) 岩手県工業技術センター、(公財) いわて産業振興センター、(一社) 岩手県発明協会）
山形県	社団法人発明協会山形支部と株式会社山形銀行との包括的連携・協力に関する協定書	株式会社山形銀行 一般社団法人山形県発明協会
	山形県内における知財金融促進に係る連携協定書	株式会社荘内銀行 東北経済産業局 一般社団法人山形県発明協会
	一般社団法人山形県発明協会と鶴岡信用金庫との包括的連携・協力に関する協定書	一般社団法人山形県発明協会 鶴岡信用金庫
	「地域経済の活力創出」に向けた包括的連携・協力に関する協定書	山形県信用金庫協会、及び協会加盟信用金庫 加盟信用金庫１（山形信用金庫） 加盟信用金庫２（米沢信用金庫） 加盟信用金庫３（鶴岡信用金庫） 加盟信用金庫４（新庄信用金庫） 一般社団法人山形県発明協会
福島県	連携業務・協力に関する覚書	株式会社東邦銀行 INPIT 福島県知財総合支援窓口及び 一般社団法人福島県発明協会
	連携業務・協力に関する覚書	株式会社大東銀行 INPIT 福島県知財総合支援窓口及び 一般社団法人福島県発明協会

※連携の当事者は、「金融機関」、「行政機関」、「民間団体」の順に表記

東北地域連携協定マップ

岩手県知財金融推進コンソーシアム

県内中小企業における「知的財産」を活用した経営を促進するとともに、県内金融機関等において県内中小企業が保有する「知的財産」を含む事業性評価に基づく成長支援や融資、信用保証等を推進する

社団法人発明協会山形支部と株式会社山形銀行との包括的連携・協力に関する協定書

包括的な連携のもと、知的財産権の活用による地域の活性化と産業の振興を図るため相互に協力し、地域社会の発展に寄与する

山形県内における知財金融促進に係る連携協定書

それぞれ有する人的・物的・知的資源を有効に活用して協働することにより、山形県内の中小企業等の知的財産活用促進及び知財金融の促進に資する

一般社団法人山形県発明協会と鶴岡信用金庫との包括的連携・協力に関する協定書

それぞれが有する互いの強みや専門性を活かしながら、事業者における知的財産等の活用促進に取り組むことで、地域経済の活性化に寄与する

「地域経済の活力創出」に向けた包括的連携・協力に関する協定書

山形県発明協会並びに信用金庫協会及び加盟信用金庫が有する互いの強みや専門性を活かしながら、事業者における知的財産等の活用促進に取り組むことで、地域経済の活性化に寄与する

連携業務・協力に関する覚書（東邦銀行）

地域の中小企業等に対する知的財産を活用した創造的な事業活動を行うための助言及び支援、知的財産に関する地域の中小企業等に役立つ情報提供など、両者間での連携を相互に協力し且つ円滑に進めることにより、地域経済の活性化及び発展を図る

連携業務・協力に関する覚書（大東銀行）

地域の中小企業等に対する知的財産を活用した創造的な事業活動を行うための助言及び支援、知的財産に関する地域の中小企業等に役立つ情報提供など両者間での連携（以下「業務連携」という。）を、相互に協力し且つ円滑に進めることにより、地域経済の活性化及び発展を図る

知財に関する支援機関

知財に関する支援機関を紹介いたします。お気軽にお問合せください。

◆INPIT 知財総合支援窓口

各都道府県の窓口につきましては、以下のURLもしくはQRコードからアクセスしてください。

https://chizai-portal.inpit.go.jp/area/

◆東北経済産業局 地域経済部 産業技術革新課 知的財産室

仙台市青葉区本町3-3-1　TEL：022-221-4819

とうほく知的財産いいねっと

https://www.tohoku.meti.go.jp/chizai-enet/index.html

知財に関して学べる動画サイト

知財に関する知識を、動画で分かりやすく学べるHPについて紹介いたします。

◆IP ePlat

知財を知る。知財で稼ぐ

https://ipeplat.inpit.go.jp/Elearning/View/Login/P_login.aspx

◆もうけの花道（中国経済産業局）

知的財産を経営に活かす！　中小企業の“もうかる”経営術を動画で学べるサイト

https://www.chugoku.meti.go.jp/ip/

《協　力》

国立大学法人山形大学　大学院理工学研究科　教　授　小野 浩幸 氏

三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社
政策研究事業本部　持続可能社会部　部　長　肥塚 直人 氏

ＳＡＮＳＵＩ国際特許事務所　弁理士　村雨 圭介 氏

経済産業省
東北経済産業局