

経営課題



- ◆ 自社プロダクトのローンチに対する販売戦略
- ◆ 新たな（次期）プロダクトに関する知財戦略・営業戦略の早期構築
- ◆ 競合他社の参入阻止
- ◆ 大手メーカ等との共同開発アライアンスの考え方、対応

事業課題



- ◆ 専門性の高い領域におけるサービス事業の在り方
- ◆ ニッチ市場におけるPR戦略の考え方

知財課題



- ◆ 企業経営に対する知的財産活用の効果・有用性に関する知識不足
- ◆ 次期プロダクトに対する知財戦略立案

到達目標 ありたい姿



- ◆ 自社ブランドの構築による知名度向上、売上拡大
- ◆ 知財を経営に連動させた知財経営による企業価値の向上

支援内容

1回

- ビジネスの現状と課題の再整理
- ゴールイメージの形成と各回支援スコープの設定
- ※ 共同研究状況・他社先行特許の確認、新たな出願アイデアについての協議・助言

2回

- ビジネスモデルを踏まえて出願アイデアの具現化、アライアンスに向けた検討
- ※ 次期プロダクトのコンセプトの再確認、出願アイデアの詳細ヒアリング、プログラム機器に関する情報共有と助言

3回

- ベンチマーク企業の特許に関するディスカッション
- ※ 出願アイデアの進捗確認、主要競合先の動向調査に関する議論・助言

4回

- ベンチマーク企業の調査と次期プロダクトの知財検討
- アクションプランについての意見交換
- ※ 社内スクリーニングによる侵害調査結果報告と判断等についての議論・助言、新規出願案件に関する明細書内容の確認

5回

- 侵害調査の請求範囲について確認
- アクションプラン案の整合と実施ポイント・注意点の再確認
- ※ 請求範囲の確認、アクションプラン案に関する協議・助言