

特集《知的財産権の利活用》

近畿経済産業局 「知財ビジネスマッチング事業」について

近畿経済産業局 地域経済部 知的財産室 知的財産調整官 中原 由佳
近畿経済産業局 地域経済部 知的財産室長 小野 郁磨

要 約

近畿経済産業局では、開放特許と近畿地域の中小企業等をマッチングし、中小企業等の新商品、新事業創出につなげる「知財ビジネスマッチング事業」を実施している。今回は、支援内容の紹介や、開放特許のマッチングを支援する際の課題等、今後、未利用特許の開放や、開放特許を使った新商品開発等を行いたい読者の方が、取り組みを始める際の参考情報を中心に紹介する。

目次

1. はじめに
2. 知財ビジネスマッチング事業について
 2. 1 知財ビジネスマッチング事業の実施内容
 - (1) 事業の全体像
 - (2) 開放特許の魅力発信
 - (3) 個別のマッチング支援
 - (4) 事業の経緯
 2. 2 これまでの成果
 2. 3 知財ビジネスマッチング事業のメリット
 - (1) 中小企業等のメリット
 - (2) シーズ掲載者のメリット
 - (3) 支援機関等のメリット
 2. 4 知財ビジネスマッチング事業の課題
 - (1) 開放特許活用の支援者の不足について
 - (2) シーズ・提供方法の課題
 - (3) マッチング実現のための工夫
 2. 5 知財ビジネスマッチング事業のこれから
3. おわりに

1. はじめに

近年、日本国内で登録された特許権のうち、約半数（2022年度：約48%）もの特許権が自己実施も他者への実施許諾も行われず、未利用の状態のまま保有されている⁽¹⁾。それらの技術は、程度の差こそあれ時間やコストをかけて研究・開発を行い、特許権として登録されたものの、「市場規模が合わなかった」、「社内の方針が変わった」等の理由で市場に出る事がなくなってしまったものが多い。このような特許権は、本来であれば「防衛目的としてコストをかけて維持するもの」、「棚卸しの際に放棄していくもの」であるが、未利用の特許権をライセンス開放することで、知財起点による「他者とのオープンイノベーション」を実現できる場合がある。

近畿経済産業局（以下、「当局」という。）では、それらの未利用の特許権に着目し、2011年度から、大企業や大学、研究機関（以下、「大企業等」という。）が他者に開放（ライセンス契約・譲渡等）する意思のある特許権（以下、「開放特許」又は「シーズ」という。）を、近畿地域の中小企業やスタートアップ企業等（以下、「中小企業

等」という。)とマッチングさせる支援を行う「知財ビジネスマッチング事業」(以下、「本事業」という。)を実施している⁽²⁾。中小企業等からすると、開放特許を活用することにより有用な技術を比較的安価かつ迅速に獲得できるとともに、それが中小企業等における新事業・新商品の創出に繋がることが期待できる。他方で、大企業等からしても、未利用の特許権の中には価値の高いものもあり、保有しているだけでは収益が生まれないが、中小企業等に開放特許をライセンスできるようになれば、多少の収益が得られるとともに自社の社会的評価を高めることもできる。

現在、本事業では、協力をいただいている全国各地の四十数者から多数のシーズを登録いただき、当局ホームページでのシーズ情報の公開⁽³⁾や、近畿地域の中小企業等に対する個別マッチング支援を実施している。今回は、事業の実施主体として、シーズを提供する大企業等とシーズを提供される中小企業等のどちらの姿も見てきた経験を踏まえ、今後、知財マッチングに取り組む際に役立つマッチングの流れ、イメージ、難しさ等を紹介したい。なお、本稿における見解等は、筆者個人のものであり、筆者の所属する組織の公式見解を示すものではないことを最初にご理解いただきたい。

2. 知財ビジネスマッチング事業について

2.1 知財ビジネスマッチング事業の実施内容

(1) 事業の全体像

当局では、近畿地域の中小企業等の新商品・新事業創出を目的に、大企業等が持つ開放特許と近畿地域の中小企業等とのマッチング支援を行っている。対象は近畿地域の中小企業等のうち、新商品・新事業創出を検討している企業や自社だけでは解決が難しい技術課題を抱えている企業が中心である。マッチングがきっかけで新商品・新事業のアイデア発想や技術課題解決に繋がったり、大企業等のビジネスモデルそのものを中小企業等が引き継ぎ、新商品・新事業の創出を目指すケースもある。

他方、中小企業等において、開放特許は馴染みが薄いだけでなく、必要とするシーズを探し、シーズを提供する大企業等とのマッチングや面談を全て自力で調整することには労力がかかる。そのため、当局では、開放特許のマッチングにかかるコストや手間を軽減し、開放特許活用のハードルを下げするため、①開放特許の魅力や活用方法についての情報発信、②個別のマッチング支援の大きく二つの軸を中心に、当局が契約した事業者や専門家(以下、「事業事務局」という。)が実施主体として支援を行っている。

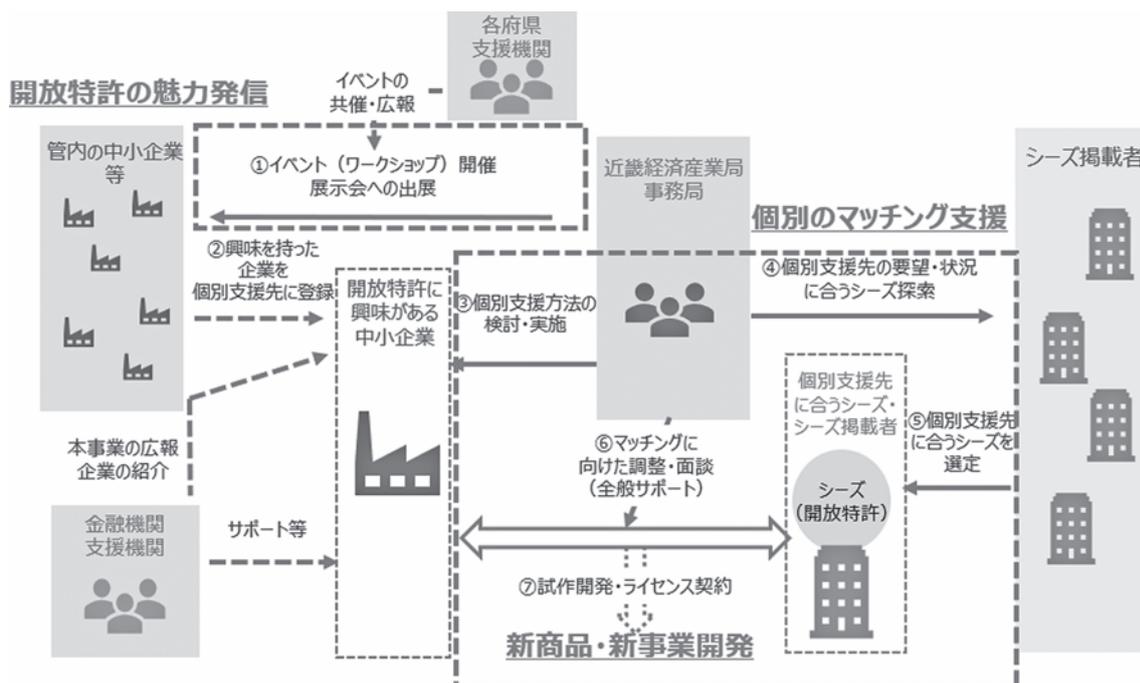


図1 近畿経済産業局「知財ビジネスマッチング事業」実施イメージ

また、本事業で紹介するシーズは、各社の興味関心に柔軟に応えられるよう、シーズの掲載を希望する者から当局に対し、事前登録されたものを中心に扱っている。シーズの掲載を希望する者は、開放するシーズについて資料を作成し、当局へ提出をする。その資料を基に、当局ホームページでの情報発信、中小企業等に対するシーズの紹介やマッチングを行う。当局や事業事務局が、シーズを登録し掲載している者（以下、「シーズ掲載者」という。）と中小企業等との間に入ることができる仕組みを作ることで、中小企業等のシーズ探索による負担を軽減できるよう工夫している。それらのシーズ内容は、当局ホームページに公開されているため、第三者が自由に閲覧することも可能である。

（2）開放特許の魅力発信

開放特許は、一般的に支援機関や金融機関、自治体（以下、「支援機関等」という。）が行っている「知財活用戦略」の支援というより「新商品・新事業創出」支援の色合いが強い。知的財産、特許といった用語は、中小企業等からハードルが高い印象を持たれることが多く、「開放特許」もその用語のイメージから、いわゆる「知財活用戦略」への支援だと勘違いされ、中小企業等から自社には関係がないと誤解されることが多い。それにより、本来、開放特許のマッチングを必要としているはずの中小企業等に情報が届いていない状況が現実としてある。

そこで、当局では、近畿地域の中小企業等や支援機関等に対し、開放特許の魅力や情報発信を行うため、イベント実施や他機関との連携を図っている。

まず当局主催のイベントでは、様々なテーマを取り上げており、2022年度と2023年度は、業種を問わず開放特許を使った新ビジネス発想が体験できるワークショップのほか、シーズ掲載者が持つ施設を使い個別相談会を開催した。2024年度には、事業承継を行ったことをきっかけに、新規事業、業態転換等に取り組む若手経営者を対象としたセミナーや、開放特許を使って商品化を行った企業による体験談等の講演等を中心に実施している。

その他機関との連携については、他機関主催の展示会出展や交流イベント等でのブース出展・事業紹介等を中心

2023年度近畿経済産業局 知財ビジネスマッチング事業

「オープンイノベーション」から始まる
共創ビジネスアイデア
ワークショップ

～開放特許を起点に新ビジネスを目指す！～

自社単独の技術のみで革新的な新製品・サービスを生み出すことが困難になっている中、他社の技術を活用し、自社の技術や強みと組み合わせることで、時間やコストを抑えながら新製品開発を進める取り組みが注目されています。本ワークショップでは、パナソニックホールディングス株式会社の開放特許®（シーズ）を題材に、実際に新ビジネスが生まれるまでの流れをワークショップ形式で体験いただきます。

同社のシーズ紹介や、個別相談の時間も設けますので、オープンイノベーションのきっかけを探している方はぜひご参加ください。

※開放特許：他社にライセンス契約等により開放する意思がある特許。

参加者募集

参加費無料

プログラム内容

知財ビジネスマッチングのレクチャー
PATRADE株式会社 社長 藤原 正氏
パナソニック IP マネジメント株式会社 取締役 兼 事例紹介
パナソニック IP マネジメント株式会社 共済基礎知財部 部長 正清 伸治氏
パナソニックオペレーションズ株式会社 オープンイノベーション部長 岸野 隆 氏 兼 専任
ワークショップ
（パナソニックホールディングス株式会社のシーズを使って、実際の事業化、アイデア、ビジネスモデル発想を体験いただきます。質疑には、題材となるシーズ紹介を行います。）
個別相談会・交流会
※個別相談会は事前予約が必要です。

パナソニックホールディングス株式会社のシーズ例

水中フラズマ	水の蒸騰・脱臭技術	取水砂	砂粒子に脱水コーティングを施し、土壌中において保水や水の浸透を制御する技術
光LED	LED光からID信号を抽出し、希望するURLを表示する技術	鮮魚判定	魚の虹彩から魚の鮮度を判定する技術
ストレッチャブルLED	伸縮自在ディスプレイ技術	目センシング	目に関する周辺情報より顔写像を判断する技術

申し込み先

事務局 株式会社地味計画建設研究所
代表 江藤、藤原、有田
電話 075-221-5132
メール chizai@parpak.co.jp

主催 近畿経済産業局
共催 MOBIO (ものづくりビジネスセンター大阪)
協力 パナソニック IP マネジメント株式会社

開催日時 2023年 12月11日(日) 14:00-17:00 (開場 13:30)

開催場所 パナソニック EXL
大阪府門真市大門1-1000番地 パナソニックホールディングス(株)敷地内
※アクセス 阪神電車 西三国駅から徒歩約2分

定員対象 20社(後継制)
・オープンイノベーション、他者との技術連携に興味がある中小・スタートアップ企業など
※参加には事前に開催特許の活用に関するレクチャー動画を視聴する必要があります。
※定員に達し次第に募集人数を制限させていただきます。
※会場・会場費はすべて参加費に含まれます。
※新型コロナウイルス感染症状況に応じて、オンラインでの実施も実施される可能性がありますことをご了承ください。

※申し込み方法については本チラシの裏面を参照ください。参加申込締切日：2023年12月4日(月)

交流 トークイベント NETWORKING TALK EVENT

参加費 無料 | in 大阪

「アトツギ」と新たな共創ビジネスの可能性を考える
Meetup
知財×ビジネス マッチング

スペシャルゲストを招いた「トークセッション」プログラム詳細は裏面

一般社団法人ベンチャー型事業承継 ナレッジ開発マネージャー 墨 俊希氏
パナソニックホールディングス株式会社 知財特許本部 オープンイノベーション主幹 関 章氏
PATRADE株式会社 社長 富澤 正氏

大手企業のアイデアや技術を活用して新規事業創出へ！

事業承継に「新たな風を吹かせる」かもしれない。近畿経済産業局「知財ビジネスマッチング事業」の魅力にスポットをあて、スペシャルゲストとの交流・トークイベントを開催します！
自社の強みと大手企業等の技術を組み合わせた新たな事業創出へのヒントがもらえるかも！
事業承継の後継者の方、将来的に事業承継を考えている方、その他新規事業創出に興味がある方も、皆様ご参加ください！

開催日時 2024年 10月7日(月) 13:30～17:00 (受付開始 13:00)

会場 グランフロント大阪 北館タワー-B10階 ナレッジキャピタルカンファレンスルーム Room B05+06

定員 30社程度
対象 新事業創出に興味がある企業の皆様
（大阪府内所属の企業、事業承継の後継者以外の方の参加も歓迎）

申し込み方法 以下の申込サイトからお申込みください。
締切日 10月3日(木)
https://www.chizai-innovation.go.jp
※詳細は裏面をご覧ください

2024年度知財ビジネスマッチング事業

主催 近畿経済産業局 共催 MOBIO (ものづくりビジネスセンター大阪) 協力 一般社団法人ベンチャー型事業承継

図2 過去に実施したイベントのチラシ

に行っている。その他、金融機関の行員向けの内部説明会に参加し、本事業の紹介を行うこともある。その場合は、行員を経由して企業へ間接的に開放特許の魅力が伝わるとともに、その魅力を伝えること自体が行員と企業との関係性を構築するきっかけにもなることが期待できる。

(3) 個別のマッチング支援

前項の魅力発信により、開放特許の活用を必要とする中小企業等は、事業事務局の個別のマッチング支援につながる事となる。個別のマッチング支援は、中小企業等が開放特許を使う際のハードルを下げることを目的に実施するもので、開放特許を探す所からライセンス契約までの活用の入口から出口まで、事業事務局が伴走支援を行う。

具体的な流れとしては、①～④を中心に中小企業等の状況に応じて柔軟にメニューを切り替えながら支援を行っている。

① 「中小企業等へのヒアリング」

中小企業等の事業内容や技術課題、今後の新商品の構想等のヒアリングを行うことで、その企業に合うシーズを探索するための情報を集める。

② 「マッチングの提案」

ヒアリング内容を基に、その中小企業等で活用が見込まれるシーズを、当局に登録されたシーズ等から抜粋し、中小企業等に活用イメージ等も交えながら紹介する。

③ 「シーズ掲載者とのマッチング面談、中小企業等とシーズ掲載者間の質問・回答の仲介」

②で紹介したシーズのうち中小企業等が興味を持ち、シーズ掲載者との直接の面談を希望する場合は、面談の場を調整し、設定する。面談の前後に、中小企業等からシーズ掲載者への質問が出た場合には、希望に応じて当局がその質問と回答の仲介を行う。

④ 「アフターフォロー」

シーズ掲載者との面談後も、定期的な状況確認やライセンス契約のサポート等を実施する。

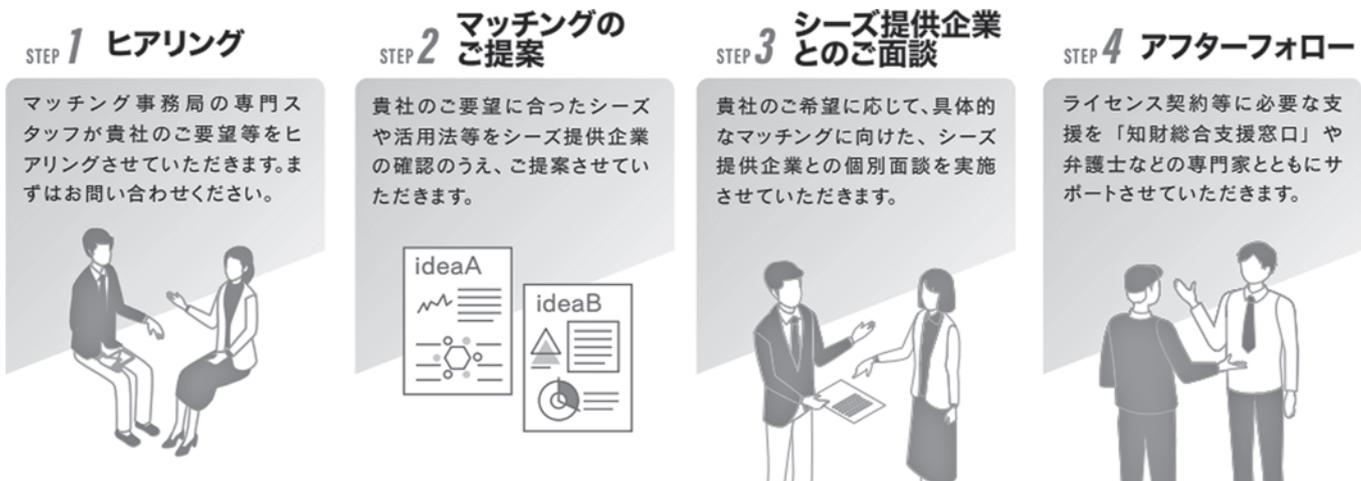


図3 知財ビジネスマッチング事業の個別支援の流れ（本事業パンフレットより抜粋）

上記支援に伴う工夫の一つとして、シーズの情報を中小企業等に伝える際には、特許明細書の内容を基本にすると、技術者や知財担当者以外には技術内容がイメージしづらいため、本事業で公開、紹介するシーズ情報は、掲載希望者からシーズの説明資料の提出を受ける段階から、かみ砕いた内容とするよう心掛けている。そうすることで、知財担当者以外でも技術内容を理解しやすくなり、より多くの新商品開発に開放特許が活用されることが期待される。

(4) 事業の経緯

当局が2011年度に本事業を開始する以前は、「特許流通促進事業⁽⁴⁾」の名称で、1997年度から2000年度には特許庁により、開放特許の活用支援が実施されており、2001年度からINPIT（2001年度当時はNCIPI（独立行政法

人工業所有権総合情報館))がその事業を引き継ぐ形で支援が継続されていた。当時は、開放特許の流通を主目的に、人材派遣や情報提供、環境整備等を中心に支援を実施していた。その支援が2010年度をもって終了した後は、いくつかの支援機関等においてそれらを引き継ぎ、各地で点在して支援が継続されている⁽⁶⁾。その時と同じくして、当局では未利用の特許権の活用と中小企業支援の両方に焦点を当てた「知財ビジネスマッチング事業」を始動した。

当局では、2011年度の事業開始以降、様々な支援機関等とも連携しながら、イベント開催や個別のマッチング支援等を行っている。中小企業等向けのイベント以外にも、支援機関等の内部向け研修会で開放特許の魅力やシーズ等を紹介し、興味がある企業の発掘に繋げる取り組みも行っている。

その甲斐もあり、近年は、当局のほかにも開放特許をテーマにしたイベントを開催する支援機関等も少しずつ出始めている。

2.2 これまでの成果

本事業では、これまでいくつか商品化まで至った事例があり、ここではその一部を紹介したい。各社のニーズやビジネスモデルによって、開放特許をどう生かすかが異なり、それぞれに特徴がある。

1例目には、「大東寝具工業株式会社」を紹介する。大東寝具工業株式会社は、京都府で寝具等を製造するメーカーで、2011年度に本事業で実施したイベントをきっかけに、日産自動車株式会社の高級車に採用された合成皮革「ソフィレス（登録商標）」とマッチングした。元々、大東寝具工業株式会社が販売していたtetra（登録商標）という体にフィットするクッションのカバーとして上記「ソフィレス」を採用し、従来価格の2倍もの高価格帯の商品ラインナップとして追加することに成功した。本事例では、開放特許を、技術を借りる手段ではなく、他者とのコラボビジネスのきっかけとして活用している。

結果として、自社商品と有名企業のブランド力が相乗効果をもたらし、さらなる自社のPRやブランド力強化に繋げることに成功した。



図4 大東寝具工業株式会社が商品化した「NISSAN × tetra」

2例目には「株式会社ユティック」を紹介する。福井県で染色や各種工業資材加工を行うメーカーで、新型コロナウイルスによる需要変化に対応するため、新商品を模索していた折に、2020年度に本事業で実施したイベントに参加いただいた。富士通株式会社の「芳香発散技術」とマッチングし、虫の嫌がる匂いを発散する虫よけバンド

の開発を実現し、クラウドファンディングでは目標金額の5倍の資金調達にも成功し、商品のニーズ調査に加え、商品PRにも繋げることができた⁽⁶⁾。

開放特許を活用して誕生した商品は、全国を見ても事例が少ないことから、開放特許を活用することで、商品PRの際の他社との差別化が図られ、新規事業の際に苦勞する「PR」、「販路開拓」の課題解決にも繋がる可能性がある。



図5 株式会社ユティックが商品化した「BUG GUARD (登録商標)」

3例目には「株式会社京風庵大むら」を紹介する。京都府で京扇子の製造を手掛ける会社が、より普段使いしやすく、現代のライフスタイルにあった新商品のアイデアを模索していた折に、本事業に参加し、株式会社神戸製鋼所の高機能抗菌めっき技術とのマッチングが実現した。商品開発の際には、株式会社神戸製鋼所の連携先企業と、メッキ加工等製造の一部協力を得ることで、親骨に高機能抗菌めっきが施された京扇子の開発を実現した。

自社だけでは実現が難しいシーズでも、シーズ掲載者やその連携者（シーズの実装部分を担う事業者）等を活用することで、新商品のアイデア実現を成功させることができた好事例である⁽⁷⁾。

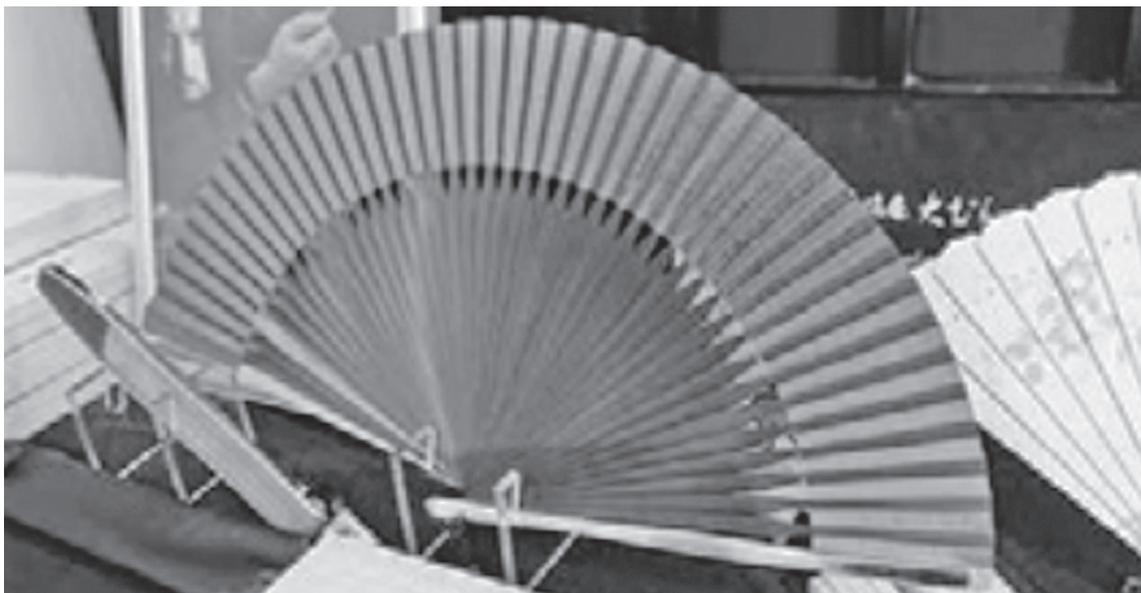


図6 株式会社京風庵大むらが商品化した「令和鉄扇+α」

4例目には「株式会社テクノエース」を紹介する。本事例は、2024年10月に商品発表を行ったばかりの比較的新しい事例である。兵庫県で鉄道車両の部分設計や鉄道車両用非常用脱出梯子の企画、販売を行っており、それら

の既存事業に次ぐ新規事業を探していた折に、2023年度に実施した本事業のイベントに参加し、複数のシーズ掲載者との面談を経て、関西電力株式会社の保安帽収納袋とのマッチングが実現した。株式会社テクノエースの既存の人材や設備環境、ノウハウを活かし、追加の投資を行わず試作が可能なシーズを選定したことにより、試作にかかるコストや時間を抑えながら、商品化を実現することができた。



図7 株式会社テクノエースが商品化した「楽々セーフティ・バッグ」

2. 3 知財ビジネスマッチング事業のメリット

本事業では、前述の通り開放特許と中小企業等とのマッチングを行うが、マッチングに関わる各者のメリットを簡単に紹介する。

(1) 中小企業等のメリット

多くの中小企業等は、非常に優れた技術や特徴を持ち、様々な業界で活躍している。一方で、他社からの受託製造を得意とし、オーダーに沿って非常に精密な製品や高性能な商品を出すことは得意だが、自社でその技術の出口を見つけ、それに向けて企画～製造まで一貫して行うことには不慣れな企業も多い。このような企業が、「B to Bで事業を実施していたがB to Cにも展開したい」、「自社の技術力を見える化するために自社商品を作りたい」等の理由で新事業・新商品創出に取り組もうとすると、最初の商品企画の段階で行き詰まってしまうことが多い。また、受託している最終製品をそのまま製造しても結局は取引先の企業と競合する可能性があり、商品化までスムーズに進むとは限らない。そのような時に、開放特許が有効な打開手段の一つとなり得る。

まず、ゼロベースから商品企画を考えるよりも、他者の技術を起点に考えることで、アイデアが浮かびやすくなる。他業界からの技術シーズとマッチングすることで、今までにはなかった魅力的な商品が生まれるケースもある。さらに開放特許を使って製品化された事例は全国を見ても限られるため、注目を集めやすく、商品PRの後押しになる可能性が高いことも魅力の一つである。

その他、シーズ掲載者である大企業等のネームバリューを借り、「〇〇社の特許技術を使用した～」といった商

品PRを行えることもある。

中部経済産業局が発行する知財ビジネスマッチングガイドブック^⑥においても、(1) 新商品開発のアイデア、(2) 開発にかかる時間・コストの削減、(3) 模倣品の排除が可能、(4) 自社知名度向上、といった開放特許のメリット4点も紹介されているため併せてご覧いただきたい。

開発する商品やマッチングするシーズによっても異なるが、自社商品の企画開発に高いハードルを感じている場合には、これらのメリットが有効にはたらく可能性を秘めている。

(2) シーズ掲載者のメリット

シーズを提供する大企業等が自社特許の開放を行う理由は様々であるが、「自社の技術を世間に役立てる」といった社会的責任(CSR)の観点から実施していることが多い。当局が支援する中小企業等は、限られた予算の範囲内で商品開発をしており、支払うライセンス料もできるだけ抑えたいと考えている企業が多い。そのため、大企業等も中小企業等の負担とならないよう、比較的安価なライセンス料で提供することがほとんどである。ライセンス料の収益化を目指すというより、「自社の技術を社会に還元する」、「地域の中小企業等の商品化を通して、地域活性化を目指す」という姿勢の大企業等が多い。

また、新たな傾向としては、知財を起点とした「オープンイノベーション」の活動の一環として、開放特許のマッチングに取り組む企業も出てきている。そのようなケースでは、未来の共創相手を見つけるためのツールとして開放特許を捉え、マッチングする際も単なる技術提供だけに留まらず、商品化まで中小企業等と一緒にビジネス化を目指す。マッチングに成功すれば、自社のオープンイノベーションの成果として、他者と共創する姿勢を外部にアピールする機会となるからである。

未利用特許は、維持費用が発生し続ける上、自分の開発した技術が活用されない状況に対し、ネガティブ思考に陥る技術者がいるかもしれない。それを第三者に開放することで、社会貢献やオープンイノベーションの取り組みとして自社のPRが期待できるとともに、技術者にとってもモチベーション向上に繋がる。また、知的財産の担当部署として、金額の多寡はさておくにしても会社に収入をもたらすことができる。

(3) 支援機関等のメリット

多くの支援機関等が、中小企業等の商品開発支援を行っているが、その多くは1あるものを100にするための支援で、0から1のアイデア発想を支援するのは難しいという意見も多い。最初のアイデア発想では、アイデアを思いつくというようなひらめきに頼る部分が多く、支援機関等が助言することは難しい。そのような時に、完全にゼロベースからアイデアを生み出すという進め方から、開放特許をタネに試行錯誤するという進め方に変えることで、支援機関等の立場で出来ることが増える可能性がある。

開放特許の活用によって、全ての商品開発を支援できるわけではないが、支援ツールの一つとして持っておくことで、支援の幅が広がる可能性がある。

2. 4 知財ビジネスマッチング事業の課題

(1) 開放特許活用の支援者の不足について

開放特許のメリットだけに触れると、商品開発支援のツールとしてもっと活用されてもよいと思われるが、なぜ全国でも開放特許を活用した商品が少ないのか。まずは、開放特許を支援施策に掲げる支援機関等が少ないことがあげられる。川崎市をはじめ、各地域の支援機関等で広がりつつもあるが、開放特許を活用した支援を実施する機関はまだ多くはない。開放特許の技術内容を正しく理解し、支援先の企業に対し適切に紹介することや、支援先の企業のニーズをくみ取り、それに合致するシーズを調査、紹介することは、一定のスキルを必要とするためハードルが高い。そのため、中小企業等は利用する支援機関等から開放特許の活用を提案されることもなく、利用する機会がないままとなる。

さらに、開放特許のマッチングを進める方法として、大まかには「シーズ起点」または「ニーズ起点」の二通り

あり、マッチング手法・スキームが明確に確立されていないのも課題の一つである。

シーズ起点では、特定のシーズに関する情報を発信し、興味を持った中小企業等を支援することとなり、効率的にPRすることができる。ただ、開放特許を活用する企業が、開放特許を使い、商品化をするまでには、多少なりとも時間がかかるため、モチベーション（新商品開発への意欲等）の持続が必要となる。併せて新商品への試作費用等が負担となるため、社内の理解がなければ難しくなる。

ニーズ起点では、シーズを探す中小企業等は特定のニーズを持っているため、ある程度のモチベーションがあることが前提となる。そのため適切なシーズが見つければ、商品化の試作等が急速に進むことも期待できる。ただし、各社のニーズや求めるシーズは異なるため、マッチングする支援機関等は各社に向き合い、個別にシーズ紹介等を行う必要がある。支援機関等がマッチング支援をしていても単純な横展開ができず、支援できる件数にも限りがある。

開放特許の活用支援を行う支援機関等は、支援対象や支援スキームにより、上記の方法をうまく使い分けることが重要となる。

（２） シーズ・提供方法の課題

支援機関等がマッチング支援を行う以外にも、興味を持った中小企業等が自身でマッチングに取り組める環境が理想だが、その場合にも課題が残る。大きくは3つほどがあげられ、①ニーズ通りのシーズを探す事が難しい、②シーズによって商品化まで距離が遠いものがある、③シーズにより提供方法が異なる、等がある。中小企業等と①～③がうまくマッチしなければ、商品化に至らず、途中で頓挫してしまうことが多い。

まず①は、開放特許と一口に言っても、全シーズが集約されたデータベースは存在せず、INPITの開放特許データベースや支援機関等のWEBページに情報が点在している。また、実際に発信されているシーズ情報の一部は、特許技術がベースになるため、特許公報や専門技術を基に作成されたものもあり、知財の知識がない者が、必要とするシーズを探すことは難しい。

②には、シーズ（技術面）の内容だけではなく、商品化に関わる条件面も重要である。シーズの中には、試作開発の段階で研究が止まっており、商品化するまでに追加での開発が必要なものもある。その開放特許を商品化する場合は、商品化寸前まで開発が進んだ開放特許に比べ、コストや時間がかかることが多い。

③は、シーズ掲載者やシーズの内容により、シーズの提供方法はまちまちで、それにより商品化までに必要な時間・コストも左右される。最低限の技術内容の開示を行うだけの場合もあれば、商品化まで協力的に指導等を行う場合もある。開放特許を活用する際には、ノウハウや周辺技術の有無により、中小企業等が商品化までに越えなければならないハードルが変わるため、そのハードルが高ければ商品化をあきらめる原因にもなる。シーズの内容自体は公開情報であり、ニーズに応じて利用者が自由に必要とするシーズを探したり、アイデア発想に使うことも可能だが、逆にそれらの提供条件は、実際にシーズ掲載者と面談をしないと分からないことが多い。

（３） マッチング実現のための工夫

前述の通り、本事業には多くの課題があるが、各シーズ掲載者や本事業では、様々な工夫を行っている。まずは、公開するシーズの情報について、独自のフォーマット例を作成し、特許公報ベースではなく、「どのような技術か」をかみ砕いた内容を中心にシーズ掲載者の協力を得て作成している。その他、シーズ掲載者によっては、オリジナルの様式を用いた資料作成や、説明動画の作成も行っている。

それと同時に、選定するシーズの内容や提供条件についても、各シーズ掲載者側で検討いただいている。マッチングには不可欠な情報であり、技術の完成度、提供条件等、すべて良い条件が揃えばよいが、全てを揃えないとマッチングできない訳ではない。各シーズ掲載者の状況に合わせた様々な方法で、マッチングの可能性を高めようと試みている大企業等もある。あくまで一例だが紹介したい。

1つは、提供するシーズは商品化までに乗り越えるべきハードルがあるものの、商品化をすれば社会的インパクトが大きいシーズのケースである。シーズの内容や条件のハードルが高い代わりに、シーズ掲載者が協力的であ

り、研究開発段階でのデータや技術的なアドバイス等を積極的に提供するケースだと、中小企業等が負担するコストを軽減することができ、中小企業等だけでは実現が難しいシーズでも商品化の可能性が高まる。かつ、共創やオープンイノベーションの取り組みとして共同研究等に繋がれば、さらなる負担の軽減も期待できる。

もう1つは、シーズを開発した当時の研究者が退職し、当時のノウハウやデータが失われた等の理由により、積極的な協力が難しいシーズのケースである。その場合は、社内で商品化目前まで開発が進んでいて、技術の完成度が高く、追加の開発をほとんどしなくても商品化ができるシーズを開放することで、中小企業等の負担を軽減している。

最後は、特許の対象となる素材を、シーズ掲載者で製造・提供することが可能なシーズのケースである。シーズ掲載者では特定の用途にしか使わない特殊な素材等を、他用途への展開のためライセンス開放する場合がある。ライセンス契約後、シーズ掲載者で製造するその素材を、開放特許の活用を希望する中小企業等に提供することで、中小企業等はその素材を製造するための時間やコストを軽減することができる。食品の素材（機能性食品素材）等が代表的で、いわゆるものづくりの企業だけではなく、街の飲食店やお菓子屋等でもマッチングが期待できる。

2. 5 知財ビジネスマッチング事業のこれから

これまで説明をした通り本事業では、当局がシーズの管理からマッチングのコーディネーターとしての役割まで担い、マッチング支援を行っている。そうすると、当局が支援した中小企業等でしか開放特許が活用されず、開放特許の活用範囲も限定的となる。そのため、将来的には近畿地域の中小企業等が開放特許ありきではなく、企業間マッチングや新商品開発のツールの一つとして開放特許を自然に活用するための環境が整うことが理想である。それが実現し、支援機関等の中小企業支援コーディネーターが開放特許を用いて日常的に支援を行うことで、当局ではコーディネーター的な役割だけでなく、集中的にシーズ管理や魅力的な情報発信に取り組むことができる。

ただ現状、支援ツールとして開放特許が活用できることがあまり知られておらず、商品化事例も少なく、シーズに関する情報も不足している等、一般的に開放特許を活用するための環境が整っていない。そのため現時点では、当局が、本事業を通して、企業や支援機関等にも開放特許の魅力伝えることにより、企業にとって開放特許の活用が身近な手段となればと考えている。実際に当局がマッチングを進めていく中で、徐々にではあるが開放特許のマッチングに取り組む支援機関等も出てきている。それらの動きが更に活発化するよう、当局でもシーズの管理や中小企業等に紹介しやすい情報の整備、さらなる事例（モデルケース）創出等に取り組んでいく予定である。

3. おわりに

これまで当局が行う本事業についてご紹介したが、各地域や実施する支援機関等によっては、異なる見解や状況の下、マッチング事業を行っており、あくまで一参考としていただければと思う。

自分の所属企業や取引企業において、特許技術の棚卸しの際に未利用の特許権の扱いを検討することとなった場合、開放特許としての活用をご検討いただきたい。その際は、当局や開放特許のマッチングを行う支援機関等の支援の枠組みを活用すれば、シーズ登録等できる所から取り組むことが可能である。また、他者の開放特許を自社のビジネスに活用したい場合にも、当局をはじめとした開放特許のマッチングを支援している支援機関等を利用していただきたい。本投稿をきっかけに、今後の未利用特許の活用や新商品開発の選択肢の一つとして開放特許が加われば幸いである。

(参考文献)

- (1) 特許庁「特許行政年次報告書 2024 年度版」2024 年 7 月、p.46
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/nenji/2024/document/index/all.pdf>
- (2) 近畿経済産業局「知財ビジネスマッチング事業」
https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/02shiensaku/maching/maching_top.html
- (3) 近畿経済産業局「知財ビジネスマッチング事業 技術シーズ・開放特許一覧」
https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/02shiensaku/maching/maching_page_seeds.html

- (4) 独立行政法人工業所有権情報・研修館「特許流通促進事業について」
<https://www.inpit.go.jp/katsuyo/archives/archives00020.html>
- (5) 亀ヶ谷 明久「特許流通促進事業について」Japio YEAR BOOK 2010 寄稿集、2010、P.114～117
https://japio.or.jp/00yearbook/files/2010book/10_1_10.pdf
- (6) 富士通株式会社「芳香発散技術を活用した“体に吹きつけない”虫よけ製品「BUG GUARD」の開発」
<https://www.fujitsu.com/jp/about/businesspolicy/tech/intellectualproperty/co-creation/case-studies/utic/>
- (7) 京都信用金庫「扇子の新商品開発プロジェクト」<https://ichioshi.kyoto-shinkin.co.jp/case/1420/>
- (8) 中部経済産業局「知財ビジネスマッチングガイドブック」
https://www.chubu.meti.go.jp/b36tokkyo/sesaku/chizai_businessmatching/guide_book.pdf

(原稿受領 2024.11.20)