

特集《第31回知的財産権誌上研究発表会（テーマ：知財と、ワクワクする未来）》

# 弁理士の今後の一つの大きな業務になる 知財経営コンサルティングの実務



知的財産経営センター 第3事業部 千葉 哲也

## 要約

2026年現在、技術革新が進む中で知的財産は単なる権利の枠を超え、企業経営の重要な戦略資源として再認識されつつある。このような状況下、弁理士に求められる役割は大きく変化し、従来の出願代理業務を超えた「知財経営コンサルティング」の分野への進出が期待されている。本論稿では、知財経営コンサルティングの具体的な実務内容、さらには将来における弁理士業務の可能性を考察し、その重要性と意義について述べる。特に、企業の経営課題に寄り添いながら知財を活用するスキル、ロジックツリーなどのツールを使った情報収集と分析の技術、および仮説思考の必要性に焦点を当て、弁理士の未来像へ向けた提案を行う。この論稿が、弁理士のさらなる業務拡大と知的財産を核とした未来の創造に資する一助となることを期待している。

## 【コメントフィードバックを希望する点】

### 1. 仮説思考の実践的な価値

本論稿では、仮説思考を課題の分析、解決策の設計において重要なスキルとして位置づけている。この思考方法が実務においてどの程度有効であるか。

### 2. ファシリテーション技術の実用性

会議の円滑な運営や議論の見える化、結論の合意形成に関連するファシリテーション技術が、どのように実務に結びつくか、その具体的な効果と改善案。

## 目次

1. 知財経営コンサルティングとは
2. 情報収集の重要性
3. 考え方の重要性と実践的な知財コンサルティングスキルの構築
4. ファシリテーションの役割とスキル
5. 情報の整理
6. シナリオ
7. ヒアリング：課題解決への扉を開く
8. マーケティング：知財活用の未来をデザインする
9. ケースへの当てはめ
10. ソリューション例
11. 最後に

## 1. 知財経営コンサルティングとは

知財経営コンサルティングは、知的財産を単なる法律的な権利としてではなく、経営資源として捉え、それを活用して企業の課題を経営的観点から解決する業務である。特許や意匠、商標などの知財権は、それ自体が価値を持つだけでなく、新たな事業開発やブランド価値の向上、競争優位の確立に資する有効な手段である。弁理士としての従来の業務は、権利化に重きを置いていたが、現代においては、その先の活用方法に対する戦略提案が求められる。

知財経営コンサルティングの目的は、企業の経営目標や課題を正確に理解し、知財を効果的に活用するためのシナリオを描き出すことにある。このシナリオは単なる法律上の提案に留まるものではなく、企業の財務、マーケティング、ブランド戦略、製品設計など多岐にわたる分野と知財の連携を目指すものである。例えば、未利用知財の棚卸しや、それを活用した新商品開発の提案、あるいは特許を活用した資金調達戦略などが挙げられる。

また、コンサルティング業務は、そのプロセス自体が重視される。調査、現状課題の認識から始まり、情報収集、分析推論、ヒアリング、ソリューションの提案、そして実行支援までが総合的な一連の流れとなる。このプロセスにおいては、適切なファシリテーション技術、ロジックツリーを活用した思考の構造化、仮説思考を用いた効率的な課題解決、さらにはプレゼン力やマーケティング力が必要不可欠である。

経営者は意外と孤独である。特に、スタートアップや中小企業等のトップは、日々、重要な判断を迫られている中で、方針を決め、企業を動かしていく、かじ取りしていくことが求められている。

そのような中で、やはり自分一人で結論づけるのには悩ましい課題も多くあり、自分の頭の中だけでは漠然としているが、誰かと議論すればもしかしたら明瞭になるかもしれないと考えている場合も多々ある。

いつでも相談したい相手、自説を投げてブラッシュアップしていける壁打ち相手を欲している。

知財経営コンサルタントはまさしくその打ってつけの壁打ち相手になれる要素を持っている。

これからの弁理士には、単なる知財専門家としての役割ではなく、企業経営に深く関与するコンサルタントとしての業務が強く求められる。知財経営コンサルティングは、弁理士が未来の多様な業務領域へ進むための重要な道筋を示すものであり、今後の弁理士業界を大きく変える力を持っている。

## 2. 情報収集の重要性

知財経営コンサルティングにおける最初の重要なステップは、情報収集である。ここで求められる情報は、企業内部の情報に留まらず、業界の動向、市場のトレンド、技術の進展、競合他社の動きなど、広範にわたる。それらを適切に収集し、分析することで、現状の課題や潜在的なリスク、さらに未来像を描き出すための基盤を築くのである。

具体的には、情報収集の方法として会社の公式ウェブサイトやIR資料、新聞や業界誌、公的機関のデータなどを活用することが挙げられる。ただし、大量の情報にアクセスするだけでは不十分であり、それらを整理し、意味を見出すプロセスが重要となる。そのためには、ロジックツリーを活用し、「事実」と「意見」を明確に分けながら、情報を論理的に構造化して整理することが必要である。

情報収集の際のポイントとして、まず収集すべき情報の範囲を仮説に基づいて設定することが求められる。一般論として広く情報を集めることは有効であるが、特定の仮説を持つことで収集範囲を効率的に絞り込み、分析の精度を高めることが可能となる。例えば、「市場全体の成長率が当社の新技術によってどのように変化するのか」という仮説を立てることで、市場統計や消費者動向に焦点を当てた情報収集が進められる。

さらに、情報を分析する際には、「事実」がどのように「意見」を支え、意見が合理的なロジックを持つように繋がっているかを明示することが重要である。これにより、情報の断片が具体的な解決案に結び付き、提案の正当性や説得力が高まる。

例えば、ある切削装置メーカーが利益低下に悩んでいるとした場合、まずは国内外の競合環境を分析し、周辺国の製造コストに関するデータを収集することになる。その次に、「円安の影響が競争力にどのような変化をもたらしているか」を仮説として検証し、それに基づく具体的な施策提案を行う。このように、事実を意見へと繋げる論理構造を描き出す力がコンサルティングの要となるのである。

情報収集の精度と深さが最終的な提案の信頼性、その企業に対する価値提供の基盤を形成する。弁理士は、この情報収集能力を磨き続け、知財経営コンサルティングにおける初動の要として活躍することが求められる。

## 3. 考え方の重要性と実践的な知財コンサルティングスキルの構築

現代の弁理士業務において、特許出願や権利化といった伝統的な役割に留まらず、経営コンサルティング的な視

座を持つことは重要である。特に、知財経営コンサルティングの実務では「考え方を考える力」が基本となる。これは単なる知識提供ではなく、クライアントの現状や課題に対して深く考察し、実行可能な解決策を導き出すプロセスそのものを指している。以下、理論的枠組みと実践手法を結びつけながら、考え方を構築するポイントを深掘りする。

### 3. 1 仮説思考とロジックツリーの活用

考え方を考えるにあたり、中心的なスキルとして「仮説思考」が挙げられる。これは、物事を答えから考えるというアプローチで、ある時点で自分が持っている情報の範囲内で「おそらくこれが答えではないか」と予想し、先に仮の結論、すなわち、仮説を立ててみる。その上で、その仮説に基づいて必要な情報や論理構成を考えていく。ビジネスコンサルの実務において、情報が全て揃ってから分析を始めるのではなく、常に「こうなるのでは？」という仮の結論を先に明示し、それを検証するために行動するのが重要である。

そうすれば、未完備な情報がある状況でも効率的かつ合理的に議論や施策を進めることができる。例えば、クライアントの企業における利益減少の原因を探る際、「取引先に対する営業力の不足である」と仮定した上で必要な情報を収集し、その仮説を検証する。仮説を明示することで適切な優先順位が作りだされ、情報収集が無駄なく進む。

仮説思考の利点は、時間とリソースを効率的に使い、「答えのない問い」に対しても道筋を持ちやすいことである。現場では完全なデータや情報が手に入らない場合が多く、その中で最適解を見出すための思考法として不可欠である。

手当たり次第、下から情報を積み上げて分析するボトムアップ型では膨大な作業量となり、重要な点が埋もれてしまいがちになる。一方、仮説思考では先に大枠の筋道や結論を仮置きし、それを検証するために情報収集や分析を行うことで、作業量が格段に減る。

仮説思考の利点は、「最適解に早くたどり着きやすい」という点もある。仮説を立ててから理由やアプローチを積み上げることで、結論に至るまでの欠点や非現実部分が早期にあぶり出され、軌道修正もしやすくなる。不可能・不適切な結論を早い段階で洗い出せるので、大きな時間のロスを回避できる。

また、重要なのはロジックツリーの活用である。ロジックツリーは、問題を分解し、それぞれの論点を整理し、解決への道筋を明確化するフレームワークである。例えば、売上を増やすためのアプローチとして既存商品の強化、新商品の開発、マーケティング戦略、販売攻勢を細分化できる。そして、それぞれの選択肢に関する具体的なソリューションを立案し、クライアントに提示できる。

ロジックツリーを仮説思考と組み合わせることで「どの順序で解決策を立案すべきか」という視点が見えてくる。例えば、課題を「なぜ利益が出ないのか」と設定し、その下に仮説を立てて可能性を検証する。そして、ロジックツリーで抽出することができた論点に対する解決方法、ソリューションの結論については、仮説思考を活用して、導き出すことが可能となる。

なお、ロジックツリーの作成にあたっては、問題を一つ一つ分解して整理すること、もれなくダブリなく、論点を抽出していくことが大切になる。

### 3. 2 設計図としての戦略立案

仮説思考やロジックツリーを活用するためには効率的で包括的な情報収集を行う必要がある。ただし、闇雲に情報を集めるだけでは負担が増えるばかりで成果につながらない。そのため、まず「目的」「ゴール」「条件」を整理することで、収集すべき情報の範囲を合理的に狭める工夫が求められる。例えば、「新規センサー技術を活用して、売上向上を実現する」という目的がある場合、センサー市場の外部動向、競合の技術力、製品の補完的価値評価に焦点を当てるのが合理的となる。

### 3. 3 実例から学ぶ思考力

例えばある切削装置についてクライアントが相談を持ち込むケースでは、問題は「中国企業が低コスト戦略で市場を奪取している」という背景がある。この時、仮説として「新たな光センサー技術を活用して高付加価値製品を実現できるならば市場優位が取り戻せる」と立てる。この仮説に基づいて、コスト削減の方法、マーケティング施策、技術の応用範囲を調査し、ロジックツリーを組んで具体的なアクションプランに落とし込む。

### 3. 4 柔軟性と俯瞰力を持つ重要性

コンサルタントとして考えるべきもう1つの観点は、柔軟な視点で課題を捉えることである。「あるべき姿」についてクライアントとの対話を深めながら、現実的で短期的な目標と中長期的な経営戦略を結び付ける思考を織り込むことが不可欠である。

## 4. ファシリテーションの役割とスキル

弁理士が知財経営コンサルタントとして、多方面に価値を提供する際、「ファシリテーション」というスキルは欠かせない。これまでの弁理士業務には、顧客の発明を適切に権利化するという、単方向型の支援が中心に据えられてきたが、真の価値はクライアント企業全体を支え、課題解決や価値創造を導き出すための関係性構築にある。本章では、その要となるファシリテーションの位置付け、実践的な活用法を解説する。

### 4. 1 定義と役割

ファシリテーションとは、集団の活動を容易にし、円滑な進行を支援する技術である。クライアントとの会議において、意見の対立を整理し、合意形成に導く能力は極めて重要である。特に知財戦略を考える際、異なる部門の関係者、例えば技術部門や営業部門の意見を公平・論理的にまとめる役割として、弁理士はファシリテーターの役割を果たす。

### 4. 2 必要性和メリット

ファシリテーション技術が求められる理由として、クライアントの信頼獲得、会議のスムーズな運営、および結論への到達が挙げられる。クライアントとの会議が建設的な雰囲気が進むと、参加者の発言を引き出しやすくなり、論点が明確化される。例えば、新規製品に関するブレインストーミングを行う際、場の雰囲気がよく、安易な意見から価値ある発言までが活性化されるので、会議の成果は飛躍的に向上する。そのような状況を見たクライアントからは「この人に話すと有益だ」と思ってもらいやすくなる。

### 4. 3 円滑な運営の仕方

ファシリテーションに求められる第一のスキルは、場を円滑に運営することである。この際、意見を否定せず、参加者の発言の真意をくみ取りながら議論を整理していくことが必要不可欠である。特に議論に停滞感が見られる場合にはたたき台を出し、議論を促進する役目も重要になる。弁理士の実務においては、発明発掘会議を活性化させる役割を担う場合などにこの技術が活かされる。

### 4. 4 議論の見える化

議論を可視化することも、ファシリテーターの重要な役割である。ここでは、マインドマップやKJ法の活用が効果的である。例えば、新しい技術や戦略の案について出された意見を整理し、関連性を示す、俯瞰図を作成することで、議論の流れを把握しやすくなる。複雑化した議論では、発言がかみ合わないことも少なくないが、視覚的な整理によって参加者の理解が深まり、次のステップに進みやすくなる。

#### 4. 5 結論への合意形成

最後に、結論を導き共有することがファシリテーションの目標である。意見の対立は無視すべきものではない。むしろ、対立する意見は価値創造の余地を示す信号として捉えるべきである。そして、論点を整理し、公平な議論を通じて、納得のいく意思決定を目指す。弁理士として、知財の観点からそれらに関わる適切な助言を行い、結論形成を支援することが弁理士自身の存在価値を高めるポイントになる。

### 5. 情報の整理

#### 5. 1 SWOT 分析

知財経営コンサルティングにおいて、情報の整理は最も基本的かつ重要なステップである。クライアントが抱える課題を捉えるための情報は多種多様であり、これらを適切かつ効率的に整理し、次のステップにつなげることが求められる。特に、SWOT 分析を用いることは、課題の特定や戦略策定の基盤として有用である。

SWOT 分析は、内部環境としての「強み (Strength)」と「弱み (Weakness)」、外部環境としての「機会 (Opportunity)」と「脅威 (Threat)」の4つのカテゴリに情報を整理するフレームワークである。例えば、クライアントの技術力や業界での特異性は「強み」に分類される一方、競合他社との価格競争力や営業力の不足は「弱み」に該当する。市場の需要や規制変化は「機会」に、価格戦争や外部要因によるリソースの制約は「脅威」に分類される。

#### 5. 2 クロス SWOT 分析

SWOT 分析の結果をさらに発展させる方法として、クロス SWOT が挙げられる。SWOT 分析で洗い出した4つの要素、すなわち、S (強み)、W (弱み)、O (機会)、T (脅威) を2つずつ掛け合わせる、つまり、S × O (強み × 機会)、S × T (強み × 脅威)、W × O (弱み × 機会)、W × T (弱み × 脅威) という区分を設け、それぞれの区分において、掛け合わせて得られる結論を記入するものである。SWOT で把握した情報から、実行可能な具体的戦略、すなわち、積極化、差別化、改善、撤退などを導き出す手法である。

SWOT は情報の整理に使われるが、SWOT そのものからは戦略立案にはつながりにくいので、SWOT への情報入力から、掛け合わせて得られる結論を書くプロセスを経ることで、SWOT を単なる情報整理から、戦略・シナリオ構築へと進化させることができる。クロス SWOT を作成することで、より具体的なアクションプランが見えてきて、戦略を構築することができる。

具体的には、「強み × 機会」から積極化戦略、「強み × 脅威」から差別化戦略、「弱み × 機会」からは社内の改善策が必要なポイント、「弱み × 脅威」は場合によっては撤退・縮小も判断材料となりうる部分を導き出すことが可能となる。例えば、あるクライアントの新技术が特定の市場で有利に働くと判断された場合、それを積極的に展開することで市場シェアの拡大につながる可能性がある。また、新技术をコミュニケーションのツールとして巧みに活用すれば、競争優位を確立することもできる。

#### 5. 3 SWOT 分析におけるポイント

SWOT 分析において忘れてはならないポイントは、「目的を何に設定するか」によって分析結果が異なることである。目的が「売上向上」なのか、「利益率改善」なのかによって、導き出される分類や戦略が変わる。そのため、つねに目的を認識した上で情報を整理する姿勢が必要である。合わせて、事実・意見・仮説をきちんと分けて SWOT の各項目を記入することも重要である。

さらに、知財経営に関する情報整理では、単にデータを集めて分類するだけでなく、それらの情報を課題解決の指針に転化することが重要である。戦略を立案する際には、クライアントの現状を客観的に捉え、多層的な視点から分析を行いながら、次のステップへ進むべき道筋を構築することが求められる。特に、中小企業やスタートアップ企業の知財活用については、SWOT 分析を活用して、事業戦略に直結する具体的な施策提案を行うことに注意を払うべきである。

## 6. シナリオ

知財経営コンサルティングが目指すのは、クライアント企業の知財を活用して課題を解決し、将来に向けた成長のシナリオを描くことである。このシナリオ作成のプロセスは、単なる施策の積み重ねではなく、論理的かつ一貫性のあるストーリー立てが求められる。

シナリオは、「現状」「課題・原因」「解決策」「未来の姿」という、いわば“起承転結”の構成を採用する。特にこの構成は、クライアントにとって分かりやすく、また、納得感を得やすい形式として非常に有効である。

まず、「現状」では、SWOT分析を活用しつつ、外部情報を重要視した現状把握を行う。例えば、クライアント企業の技術力、競合優位性、市場のニーズ、外部環境の変動などを多角的に整理し、課題につながる要素を抽出する。この段階では、知財そのものだけでなく、経営資源全般にわたる広い視野を持つことが必要である。

次に「課題・原因」に進む。ここでは、現状で浮かび上がった問題点を具体化し、その背景や原因を構造化する。例えば、営業力不足が事業展開の障壁になっているとの仮説が導き出された場合、その原因として情報活用能力の低さやマーケティング戦略の欠如などを掘り下げていく。この段階ではロジックツリーを活用し、課題の関連性や原因の深層に迫ることが重要である。

「解決策」では、課題や原因を解消するための具体的な施策を提示する。例えば、新技術を活用し顧客ニーズに直接アプローチする戦略、営業人材の能力開発、外部リソースの活用によるコスト改善施策などが考えられる。ここで留意すべきは、短期的な成果に重点を置く施策だけでなく、クライアントの中長期的な成長を支援する視点を持つことである。

最後に「未来の姿」を描く。この際、クライアントが期待する成果や戦略的優位性について具体的かつ明確に示すことが求められる。「未来の姿」では、数値目標やビジョンを掲げ、その達成に伴うステップとともに提示することで、クライアントにワクワクする明確な目標、「あるべき姿」を持たせることができる。

また、シナリオ作成過程では、仮説思考を活用することが効率性を高めるポイントである。仮説を先に立て、その仮説の妥当性を検証するとともに、シナリオ全体を構築していくことで、情報収集や分析の手間を軽減し、確実性を高める効果が期待できる。

知財経営コンサルの実務においては、シナリオが単なる提案書ではなく、「なぜこの結論に至ったか」をクライアントが論理的に理解し、行動に移すことができる骨組みであることが重要である。このシナリオ設計力こそが弁理士の新たな専門性として位置づけられるべきである。弁理士としての知見を活かしながら、論理展開と実現可能性を含む全体性を追求する姿勢が未来の知財業務を形作っていく。

## 7. ヒアリング：課題解決への扉を開く

知財経営コンサルティングの実務において、ヒアリングは単なる情報収集の手段ではない。ヒアリングの場は、クライアントの本質的なニーズや課題を浮き彫りにし、信頼関係を築く重要なステージである。弁理士がクライアントに「この人に任せたい」と確信してもらえるか否かは、この初期接触の成功に大きく依存すると言える。

ヒアリングでは、全てが「準備」から始まる。事前に目的を明確にし、仮説を立案しておくことが求められる。「なぜ利益が出なくなったのか」「新技術の特性はどこにあるのか」「その技術をどう活用するのか」といった具体的な仮説を設定し、それに基づいて質問事項を設計することで、効率かつ効果的な聞き取りが可能となる。ヒアリングの段階は、「導入」「探求」「構造化」の3段階で進めるのが理想的であり、それぞれが目的に応じた戦略的アプローチを求められる。

導入段階では、弁理士自身が専門家でありながら気さくさを持つ存在であるという印象をクライアントに与えるよう心がける。自己紹介はもちろんのこと、軽い話題を交えた会話で緊張感を和らげ、クライアントとの距離感を縮めることが肝要である。

探求段階では、表面的な情報や軽い話題から出発し、徐々に課題の核心に迫る。「売上減少の要因は何か?」「技術的課題の本質はどこにあるか?」などの大きな問いを、クライアントが答えやすい形に変えて質問し、ネガティブな印象を与えることなく自然に話を引き出す技術が必要になる。

構造化段階では、聞き取った情報を整理し、ロジックツリーや仮説に基づいた論理的なフレームに落とし込む作業を行う。例えば利益減少の原因として、中国企業とのコスト競争を仮説に設定しつつ、その現実性や影響をヒアリング内容に基づいて検証する。この情報により、次の課題設定やソリューション提案には一貫性が生まれる。弁理士がこの一連の流れをコントロールする力を持つことが、提案の品質向上につながるのである。

## 8. マーケティング：知財活用の未来をデザインする

マーケティングは、知財経営コンサルティングにおいてクライアントに真の価値を提供するための根幹である。製品を売るための単なる販売促進とは異なり、マーケティングの本質とは、顧客を深く理解し、顧客のニーズを満たす製品やサービスを自ら売れる形へ導くことにある。

ピーター・ドラッカーが述べた「マーケティングの理想は販売そのものを不要にすることだ」という思想は、知財活用にもそのまま当てはまる。弁理士が担う知財経営コンサルティングでは、特許や技術を機能面だけでなく事業の成長に結び付ける役目がある。そのためにはマーケティング思考を深く取り入れることが大事である。

マーケティングにおける「4P」、すなわち「製品」「価格」「流通」「販売促進」を戦略的に構築していく際に、知財は欠かせない要素となる。製品設計では、特許や技術を中心に据えつつ、知的資産の棚卸しや不足分を明確にし、必要な技術を調達し、製品価値を向上させることが求められる。また、ブランディングやプロモーションの場面では、知財の保護や利用を通じて企業イメージを強化するとともに、価格競争力や市場優位性をアピールすることが重要である。

弁理士にとって必須のスキルとなるべきは、知財を活用して目標を明確化するための「ナレッジマネジメント」である。ナレッジマネジメントを通じて、開発・協業、他社からの技術購入・ライセンス取得など知識の創造を行い、製造、販売、ブランディングにおける知識の活用、さらに特許や著作権法による保護を経営戦略に組み込むことができる。

未来の知財業務において、弁理士は単なる法律家ではなく、クライアントの成長を伴走するパートナーとして知財活用の戦略設計にも携わる。マーケティング思考を軸にした知財活用は、弁理士にとって新たな業務分野への扉を開くだけでなく、クライアント企業の競争力向上にも絶大な貢献を成すであろう。

## 9. ケースへの当てはめ

知財経営コンサルティングの実践においては、理論的な枠組みだけではなく、具体的なケースに基づいたアプローチが重要である。本章では、ある切削装置メーカーの営業相談事例をもとに、知財経営コンサルティングの実践プロセスを解説する。

### 9. 1 外部情報の視点

切削装置メーカーが直面している課題は、売上の低迷と利益率の低下である。本件では「表面粗さを測定する光センサー」という新技術が開発されているものの、収益化につながっていない状況である。この課題を解決するための第一歩は、外部環境の全体像を把握することである。

PEST分析を活用すれば、政治、経済、社会、技術の4つの側面を多角的に評価できる。本事例では、例えば、技術面では生分解性材料や自然エネルギーの進歩が競合環境に影響を及ぼす一方、経済面では市場全体の上向き傾向が期待される。サプライチェーン上の現地調達が強まるという傾向もビジネス環境整理に加えるべきである。

### 9. 2 ヒアリング戦術の立案

コンサルティングを効果的に進めるためには、外部情報に基づいて仮説を構築し、それを検証するためのヒアリング項目を具体化することが重要である。本件では、以下のような仮説を設定した。

- (1) なぜ利益が出なくなっているのか？
- (2) 開発された新技術とは何か？

### (3) 新技術をどのように活用するか？

これらの仮説を実証するための具体的な質問項目を設計し、ロジックツリーに基づいて整理することで効率的な情報収集を進めることができる。

## 9. 3 情報の整理

ヒアリング後、収集された情報をSWOT分析に従って整理する。強み、弱み、機会、脅威に基づき、戦略オプションを明確化する。

例えば、「光センサー技術」という強みを活かし、競合他社が追随できない製品差別化を達成することを積極策として提案可能である。一方で、「営業力の不足」に代表される内部的な課題は、改善計画の立案を必要とする。

クロスSWOTを活用し、「積極策」「差別化策」「改善策」「撤退策」のいずれかに該当するアクションプランを導いていく。この分析の結果として、行動の選択肢が明確化されるため、事業展開に向けた精密な戦略提案が可能となる。

## 10. ソリューション例

本章では、実際の技術相談事例に基づいたソリューション提案の流れを具体化する。クライアントのビジネス上の課題に対して、知財を基盤とした解決策を設計するプロセスを示す。

### 10. 1 仮説の立案と検証

今回のケースでは、仮説として以下の3つの展開方向を提示した。

- (1) 切削装置に特化する。
- (2) 切削装置での展開とともに、他の装置への展開を進める。
- (3) 初期は切削装置の展開を行い、徐々にレーザー部品メーカーへ転換する。

これらの仮説に対する検証を、「金銭的な制約」「技術的な強み」「市場へのブランド戦略」といった観点から実施した。

例えば、他分野展開を進める場合、レーザー技術に関するPRや広告を広範囲に展開し、製品化の基盤構築を整える必要がある。特に異業種間での情報交換を強化し、ブランディング企画を策定することが優先事項となる。

### 10. 2 解決策の具体化

適切なソリューションを提示する際には、単に結論を示すだけでなく、理由やその背後にあるロジックを丁寧に説明することが求められる。

例えば、レーザー技術の応用分野を拡大することで、自動切削装置の付加価値を向上させる提案を立案する。この提案に対し、懸念点として「営業企画力の不足」「市場調査能力の欠如」が挙げられる場合、それらを補う具体的な支援プランや研修プログラムを併せて提案する。

### 10. 3 提案書作成のポイント

経営者向けの提案では、A4一枚の簡潔なサマリーを作成し、クリアに主要なポイントを提示することが非常に効果的となる。さらに、詳細な報告書を一段深く準備し、仮説検証やSWOT分析結果などを示すことで、納得と信頼を獲得する。

サマリーの内容には、「未来の姿」「現状と課題」「解決案の全体像」をインパクトある図解でまとめることが重要であり、特にスライド形式での提示は多くのクライアントを対象に成功の鍵となる。

## 11. 最後に

これら理論を具体的なケースに適用することで、弁理士が知財経営コンサルティングにおいてどのような実務を

進めるべきか、根幹となるスキルや思考法を示すことができるだろう。また、知財を活かしつつ、経営戦略に貢献する能力を発揮する弁理士の姿勢が、未来の知財業務そのものを進化させる原動力となると考えられる。

本論稿の内容は、日本弁理士会公認の「JPAA 知財経営コンサルタント」の育成に取り組んでいる、日本弁理士会 知的財産経営センター 第3事業部 コンサル研修グループにおいて作成した研修資料に基づいたものである。本論稿が、多くの弁理士にとって有益な指針となり、知財経営コンサルタントという分野の重要性がさらに広く認識されることを願っている。

(参考文献)

- (1) 大石哲之、図解コンサル1年目が学ぶこと
- (2) 内田和成、仮説思考
- (3) ジーン・ゼラズニー、マッキンゼー流図解の技術
- (4) バーバラ・ミント、考える技術・書く技術
- (5) 楠木建、ストーリーとしての競争戦略

(原稿受領 2026.1.21)