

## 知財ビジネスアカデミー 初！ 仮想事例作成演習の実施

# ビジネスモデル構築を実現する知財&標準化セミナー

～企業支援のプロ（稼げる／企業から選ばれる）になるために～（東京）

<b>担当講師</b>	<b>【担当講師】</b> 上野 翼（うえの つばさ） 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 知的財産コンサルティング室 主任研究員（第1～第3回担当） 溝口 督生（みぞぐち よしたか） 溝口国際特許事務所 代表弁理士 知財ゲートウェイ(株) 代表取締役（第2、第3回担当）
<b>実施日程</b>	第1回：2024年1月20日（土）13：30～16：45 第2回：2024年2月 3日（土）13：30～16：45 第3回：2024年2月17日（土）13：30～16：45
<b>実施場所</b>	弁理士会館（千代田区霞が関3-4-2） *本講座は現地集合研修での実施になります。
<b>受講料</b>	全3回：20,000円（税込・テキスト代込）
<b>対象者</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>●企業支援のプロを目指す方</li><li>●顧客（クライアント）の事業を成長・強くするために、標準と知財による包括的な提案を行いたいと考えている方</li><li>●企業にお勤めの方で、企業内で技術標準と知財活用の研修講師を目指している方</li></ul>
<b>概要 ねらい</b>	<p>新市場創造型標準化制度は、2014年7月から採用され、いままで数多くの中小企業が独自技術の標準化（性能試験標準）を実現させています。性能試験標準ができることで、技術の信頼性を客観化できるので、その結果、中小企業の優れた技術を採用した製品の市場が形成されます。ただ、このような標準化ができ、その性能を有する製品市場が立ち上がっても、知財と絡めた標準化でなければ、すぐに後続企業が参入し、市場がレッドオーシャン化してしまいます。</p> <p>性能試験標準と知財の融合のさせ方については、標準化する技術の内容、新規市場における想定競合先、既存特許の存在など、複数のパラメータを考慮して戦略を練る必要があります。特に、実際の標準・知財の戦略策定では、あまり細かな条件が決まっていない段階で戦略を検討します。その意味では、まだ条件があまり定まっていない事例を仮想事例として、どのような条件であればどのような標準・知財戦略ができるのかを考える必要があります。このような条件がほとんど定まっていない事例にて、創造的に戦略を考えるためには、自らが仮想事例を作成する能力が要求されます。</p> <p>本研修では、受講生自ら、講師が用意した仮想事例に基づく解決提案を作成すること、および、受講生自ら、仮想事例を作成すること、この2つを、ワークショップで体験していただきます。</p> <p>講師は、中小企業における標準化セミナーを多数行っている上野氏と、弁理士会の知的財産経営センター副センター長研修所部長として、JPA A知財コンサルタント認定研修を始めとした仮想事例に基づく多数の研修を行ってきた溝口氏です。</p> <p>講師より一言 仮想事例から解決提案をすることに加えて、自ら仮想事例を作成する講座は初めての試みです。このような新しい演習形式に興味ある方であればどなたでも受講ください。</p>

<p><b>到達目標</b></p> <p><b>形式及び内容</b> (予定)</p>	<p>標準化・知財戦略と基本的な知識を学ぶ          仮想事例の作成を通じて、これと連携して事例と標準化・知財戦略との関係を学ぶ          自身が講師をする際のワークショップに用いる仮想事例の作成のエッセンスを学ぶ</p> <p><b>【第1回】標準化戦略のためのヒアリングワークショップ</b>          標準化戦略の基本についての講義のあと、仮想企業について、追加ヒアリング項目を検討する演習を行う。</p> <p>◆講義（上野氏）          標準化のオープン戦略について、基本的な説明から標準化活用についての解説          具体的には、以下の点についての解説</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「課題・原因」「規格制定の方向性」「効果」という視点の整理</li> <li>・標準化活用を含めた支援の流れ</li> <li>・標準化を考える際に意識すべきフレームワーク</li> <li>・標準化とマーケティングの関係</li> </ul> <p>◆ワークショップ（上野氏）          ある技術を保有している中小企業を仮想事例として、追加ヒアリング項目の検討演習例⇒どのような目的で、何を聞くか？          ⇒このような状況の企業に対して、何を目的として、どのような支援を提案できるか？</p> <p><b>【第2回】事例企業から解決提案を作成するワークショップ</b>          事例企業（仮想事例）に基づき「課題抽出から解決提案」を行う。</p> <p>◆講義（溝口氏）          企業支援するにあたって知っておきたい留意点および標準化活用についての解説          留意点例          企業支援の根本とは何か？          知財＋産業標準の活用</p> <p>◆ワークショップ（上野氏・溝口氏）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仮想事例から、問題点を様々な想像し企業の課題を抽出する。</li> <li>・課題に対する解決提案を作成する。              留意点：「ビジネスモデル構築」を基礎として、知財、ノウハウ、産業標準をツールとして解決する</li> <li>・作成した提案を発表後、受講生および講師とでディスカッションを行う。</li> </ul> <p><b>【第3回】仮想事例作成ワークショップ</b>          第2回とは逆に「解決提案から事例企業（仮想事例）を作成するワークショップを行う。</p> <p>◆講義（溝口氏）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事例企業の作成能力の重要性1（より深く理解するために、講師の立場で考えてみる）</li> <li>・事例企業の作成能力の重要性2（企業支援におけるヒアリング・分析能力の向上を目指す）</li> <li>・事例企業の作成能力の重要性3（企業・専門家に別のテーマで教える時に役立つ）</li> </ul> <p>◆ワークショップ（その3）（上野氏・溝口氏）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・講師オリジナルの「事例企業作成のためのマトリクス（下記参照）」を埋めていく作業を通じて、仮想事例を作成する。</li> <li>・作成した仮想事例を発表し、受講生・講師とでディスカッションを行う。</li> </ul>																			
	<p><b>【8】 企業の問題意識：営業面</b></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>既存顧客への問題意識</td> <td>既存顧客の離反？ 既存顧客の飽和？ 既存顧客の単価飽和？ 数量飽和？ 既存顧客の衰退？</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>新規顧客への問題意識</td> <td>既存層での新規獲得？ 異なる顧客層での新規顧客？ ターゲット変更？</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>市場環境への問題意識</td> <td>主力商品の市場の飽和など？ 新規市場や新規事業へのモチベーションとなる問題意識を考える</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>営業活動への問題意識</td> <td>営業担当者への不満？ トップセールスに依存してる？ 営業がうまくいかず、既存商品や新規商品の伸び悩みを感じさせることなどを考える</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>商品・商材への問題意識</td> <td>既存商品の伸び悩みがあれば、商材での原因を企業がどのように考えているか？ 新規商品（技術）が展開しないことへの不満がある？ 不満の内容は？</td> <td></td> </tr> </table>	1	既存顧客への問題意識	既存顧客の離反？ 既存顧客の飽和？ 既存顧客の単価飽和？ 数量飽和？ 既存顧客の衰退？		2	新規顧客への問題意識	既存層での新規獲得？ 異なる顧客層での新規顧客？ ターゲット変更？		3	市場環境への問題意識	主力商品の市場の飽和など？ 新規市場や新規事業へのモチベーションとなる問題意識を考える		4	営業活動への問題意識	営業担当者への不満？ トップセールスに依存してる？ 営業がうまくいかず、既存商品や新規商品の伸び悩みを感じさせることなどを考える		5	商品・商材への問題意識	既存商品の伸び悩みがあれば、商材での原因を企業がどのように考えているか？ 新規商品（技術）が展開しないことへの不満がある？ 不満の内容は？
1	既存顧客への問題意識	既存顧客の離反？ 既存顧客の飽和？ 既存顧客の単価飽和？ 数量飽和？ 既存顧客の衰退？																		
2	新規顧客への問題意識	既存層での新規獲得？ 異なる顧客層での新規顧客？ ターゲット変更？																		
3	市場環境への問題意識	主力商品の市場の飽和など？ 新規市場や新規事業へのモチベーションとなる問題意識を考える																		
4	営業活動への問題意識	営業担当者への不満？ トップセールスに依存してる？ 営業がうまくいかず、既存商品や新規商品の伸び悩みを感じさせることなどを考える																		
5	商品・商材への問題意識	既存商品の伸び悩みがあれば、商材での原因を企業がどのように考えているか？ 新規商品（技術）が展開しないことへの不満がある？ 不満の内容は？																		

講師  
略歴

◆ 上野 翼 氏



経歴

早稲田大学大学院先進理工学研究科応用化学専攻修了。国内大手コンサルティングファームを経て現職。シンクタンク研究員として知財領域の様々なテーマでプロジェクトリーダーを歴任。中小企業の知財経営や標準化、知財金融、知財人材、知財創造教育等についての講演や学会発表、執筆等多数。日本知財学会・知財教育分科会の幹事も務める。

◆ 溝口 督生 氏



経歴

1994年 東北大学理学部物理学科卒業

1994～2002年 現 Panasonic の研究所で、LSI、地上波デジタルTVなどの研究開発に従事

2002年 弁理士登録

2009年～ 溝口国際特許事務所、知財ゲートウェイ(株)にて特許等の代理、中小企業支援、知財戦略、ブランド支援、開発支援など従事

2007年～ 特許庁の中小企業知財基板事業の統括委員長など歴任

講演、セミナー多数。中小機構支援員、商工会支援員など  
業界誌 「発明」に企業支援やコンサルの連載掲載

日本弁理士会 知的財産経営センター 副センター長

産業標準委員会 副委員長

九州支部 支部長など

注意事項

・本講座は、日本弁理士会の「継続研修」の単位認定対象講座です。