

関東経済産業局

令和 7 年度知財支援リレー人材育成プログラム
～選ばれる支援機関になるために～

プログラム内容のご案内

本プログラムのねらい



支援機関の皆様が、多様な課題を発掘し、その解決策を提案をできるようになることで、地域の中小企業等からさらに**選ばれる存在**になるのを後押し



そのために皆様の支援機能を強化すべく、「**知的財産**」の**捉え方**や**提案方法**等に関する**トレーニングプログラム**を提供

※知的財産の専門知識を身につけることを目的とするプログラムではありません

※あくまでも、支援機関の皆様が取引先・支援先企業と対話等をする中で、「知的財産が関係する内容ではないか？」ということに気がつける感覚を身につけることに主眼を置いています

無形資産である知的財産

企業が培ってきた独自の技術やノウハウ、ブランド、顧客との信頼関係の築き方などの知見も大切な無形資産であり知的財産

(広義の)
知的財産
=
自社の強み

無形資産

借地権、電話加入権 等

知的資産

人的資産、組織力、経営理念、顧客とのネットワーク、技能 等

知的財産

ブランド、営業秘密、ノウハウ 等

知的財産権

特許権、実用新案権、著作権 等

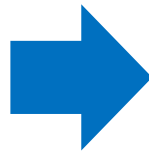
経済産業省WEBサイト『知的資産・知的資産経営とは』を基に作図

知財支援リレー人材とは？

知財支援 リレー人材

取引先・支援先との対話や支援の現場で、企業の潜在的な知財課題に気づくことができる人材
(気づいたら、専門的な支援機関へつなげて支援を展開)

リレー人材のイメージ等はコチラ

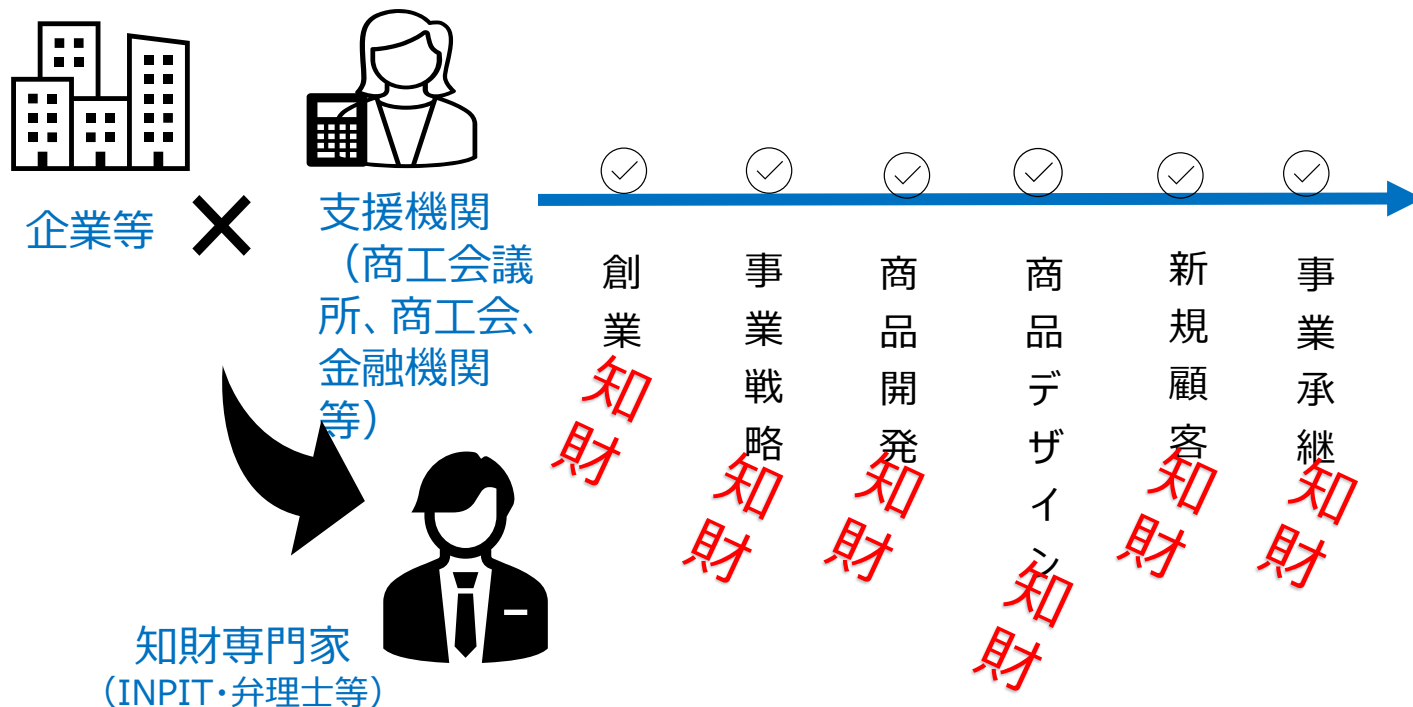


関東経済産業局「支援先の課題の見つけ方 リレー人材になるためのヒント ガイドと事例」

https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/chizai/shien_guidebook.html

知財支援リレー人材の意義

- 企業の一番近くにおいて、企業からの相談をまず最初に受けるのは、商工会議所や金融機関等の地域支援機関。
- 地域支援機関が企業の経営課題に接する中で、対話の中から企業自身が気づいていない企業の強み（知財）や、知財課題を掘り起こし、企業を知財専門家へつなぐ人材「リレー人材」の役割が知財経営を実践する企業を増やしていくためには欠かせない。



知財支援リレー人材になることのメリット (過去に参加した支援機関職員の声)

企業理解

視野が広がった

これまで以上に気になることが増えた

- 知的財産のことを考えながら対話をすることによって、経営者の想いやこだわりを一層理解できるようになった。
- そのおかげで、これから一緒に磨いていくべき強みを自分の中でも明確にすることができた。
- 企業の取組の中で「これは知的財産が関係するかもしれない」と感じるが増えた。
- そのようなことは日報にメモしておき、本部とも相談しながら次の提案策を考えるようになった。

提案

提案の引き出しが増えた

- セミナーやワークショップで学んだ知識を自分なりに解釈して企業へ伝えられるようになった。
- 自分で調べた知財情報等をもとに、企業が今のうちに考えておいた方がよさそうな知財対応を伝えることができた。

理解度の向上・信頼関係の深化

行動

企業が実際に行動へと移した

- 自分の提案内容が理解され、企業がINPIT知財総合支援窓口への相談を受入れ、知財対応を始めた。
- 専門家に相談しながら出願の検討を始めた。

企業から感謝をしてもらえた

知財支援リレー人材になることのメリット (支援機関別のメリット例)

商工会・商工会議所

選ばれる存在としての地位強化

- 企業が気づいていない「知的財産（企業の強み）」という観点について助言・提案を行うことによって、地域で必要とされる支援機関としての存在価値を高めることができる。
- 支援の幅を広げることによって、顧客満足度を高めることができる。
- 企業からの感謝の言葉や企業成長を目の当たりにすることにより、地域貢献に一層寄与できているとの実感がある。

組織体制の機能強化

- 経営指導員のスキルアップを図る機会になる。
- 伴走支援へと発展させるための提案スキル向上に役立つ。

金融機関

選ばれる存在としての地位強化

- 対話の幅が広がり、取引先の理解度がより深まることで、知的財産の観点からも取引先へ話題提供や提案等を行うことができ、頼れるメインバンクとしての存在感を高められる。
- 豊富なテーマで本業支援を手掛けることによって頼られるようになり、金融支援の際にも頼ってもらえるようになる。

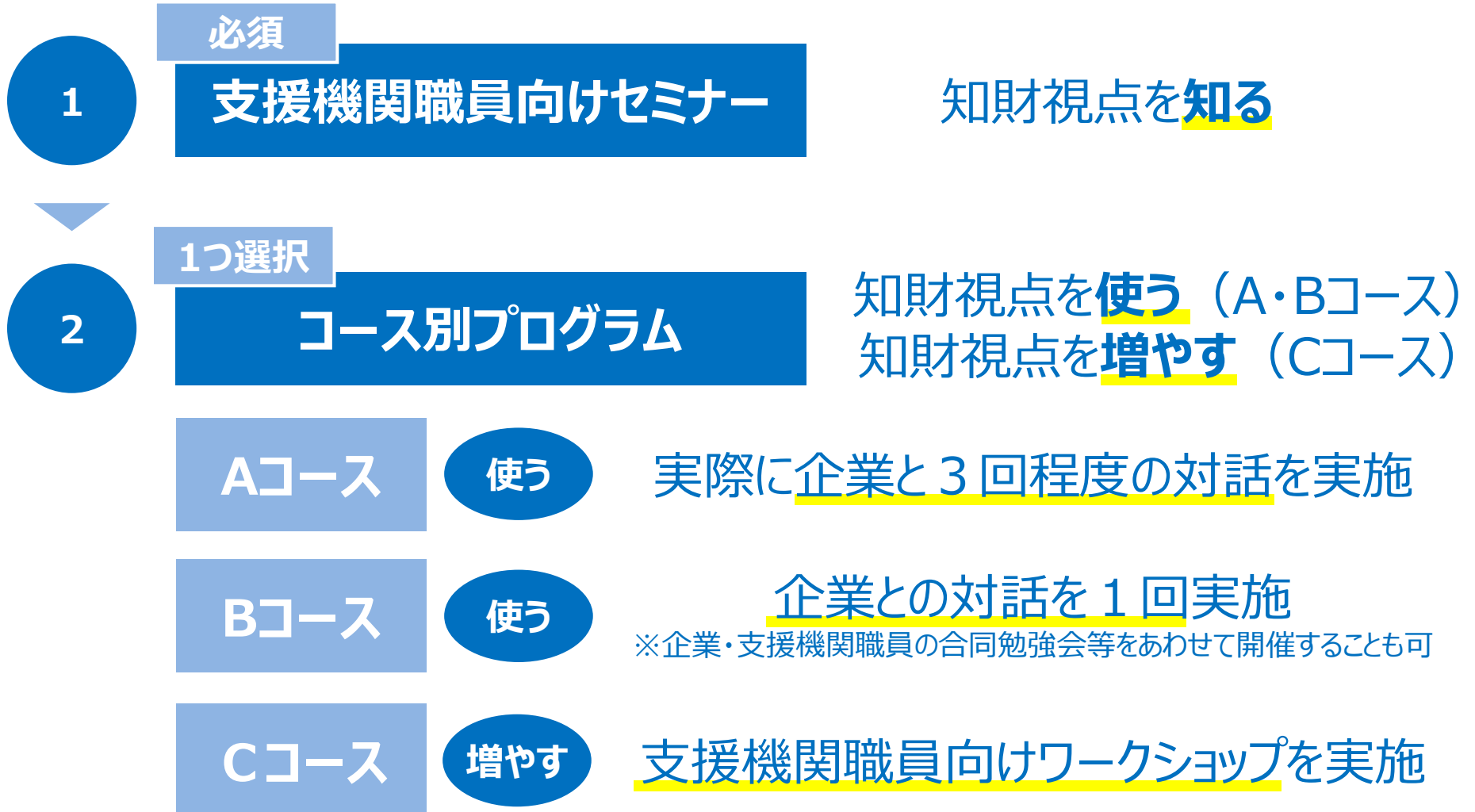
組織体制の機能強化

- 取引先へのコンサルティング機能の強化、メニューの拡充につながる。
- 企業価値担保権にも関係してくるテーマとして、先んじて必要なスキルや目線を養うことができる。

(関東経済産業局がヒアリングを実施した内容をもとに作成)

プログラムの概要

①支援機関職員向けセミナーを受講したうえで、②コース別プログラムを一つ選択して実施



① 支援機関職員向けセミナーの詳細

以下の内容を基本構成としつつ、詳細な内容は各支援機関と調整してアレンジすることが可能

講演

知的財産の基礎知識

- 導入として、「知的財産とは何か？」「どのような種類の知的財産があるのか？」「例えば身近な知的財産としてどのようなものがあるか？」等を解説

中小企業の事業課題と知的財産の関係

- 支援機関職員が普段接している企業の課題（創業、事業承継、販路開拓、新製品開発等）と知的財産がどのように関係しているのかを解説

演習

ワークショップ

- 支援機関職員が普段接している企業の課題に注目した仮想事例を提供
- その仮想事例を読み、知的財産が関係しそうな部分を見つけるワークを実施

※ハイレベルな知的財産の論点は含めませんので、知的財産の知識が薄くても十分に組み立てられる内容になっています。

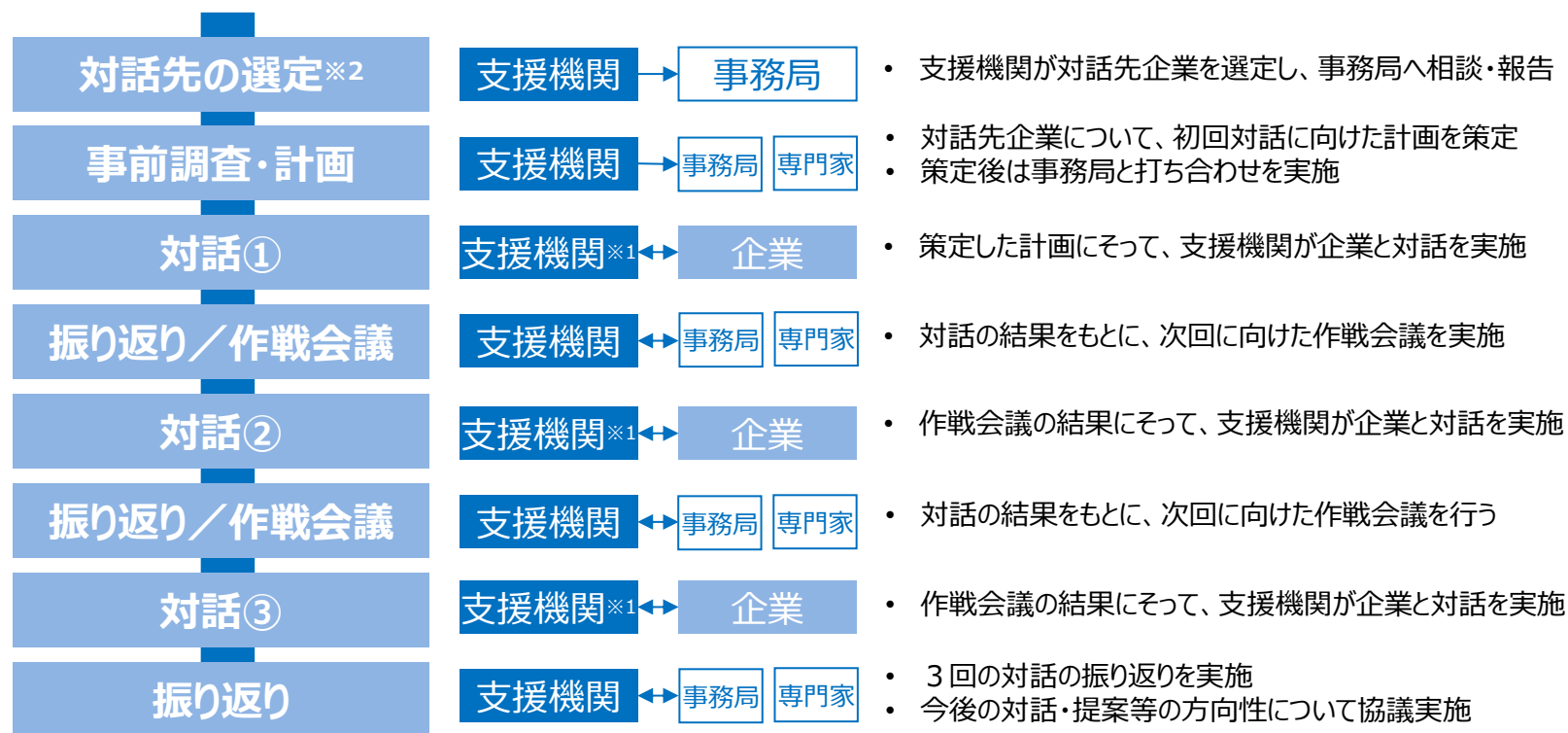
※セミナーの最後に、②コース別プログラムで準備する「事前調査（Aコース）」「事前課題（B・Cコース）」の説明も行います。

②コース別プログラムの詳細 Aコースの流れ

Aコース

複数回対話コース

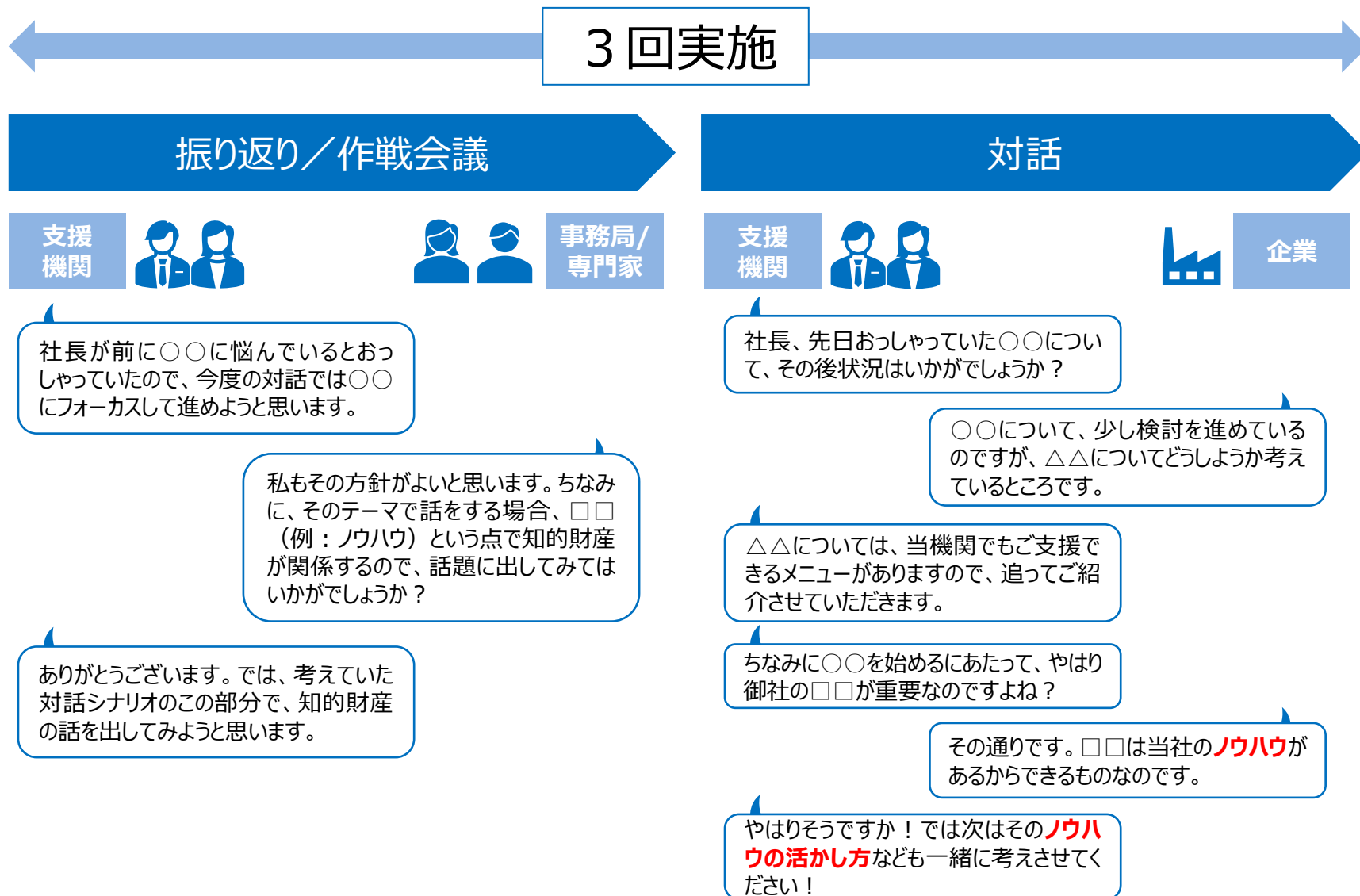
支援機関として知財視点を取り入れた対話・提案の“**実践経験**”を積む



※1：対話には事務局・専門家も同席（事務局が専門家を兼ねる場合あり）

※2：対話先企業は、なるべくINPIT等の公的な知財支援を受けた経験のない／少ない企業が望ましい

②コース別プログラムの詳細 Aコースで実施する対話のイメージ（例）



※対話には事務局・専門家も同席します

②コース別プログラムの詳細 Bコースの流れ

Bコース

1 回対話コース

知財視点を取り入れた対話をするための“**きっかけ**”をつかむ



※1：対話には事務局・専門家も同席（事務局が専門家を兼ねる場合あり）

※対話の前後でセミナー形式の合同勉強会を開催することも可

※対話先企業は、なるべくINPIT等の公的な知財支援を受けた経験のない／少ない企業が望ましい

※事前課題の内容や取組方法等については、①支援機関職員向けセミナーの中でご案内します。

②コース別プログラムの詳細 Bコースで実施する対話のイメージ（例）

作戦会議



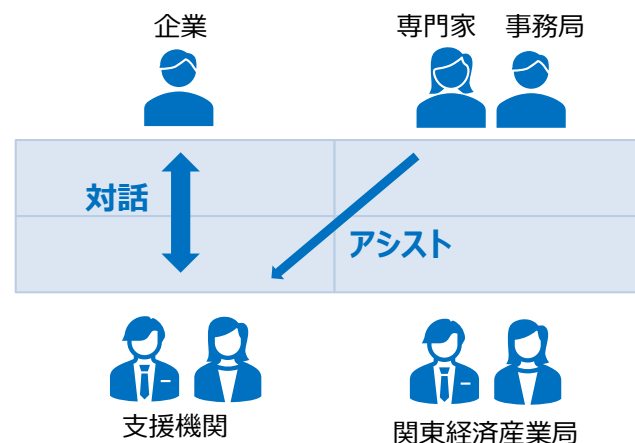
私が担当する対話先企業については、〇〇が課題と聞いていますので、当日はこのようなシナリオで対話をしてみようと思います。

事前にシナリオを拝読しましたが、良い流れだと感じました。その中で、〇〇が課題ということであれば、シナリオのこの部分で知的財産に関する話もしてみてもどうでしょうか？

セミナーでも触れられていたあの話ですね！たしかにこの部分で関係すると思いますので、話題に出してみようと思います。

当日は、話の内容によっては、対話の中で私たちもサポートしますので、是非チャレンジしてみてください。

対話



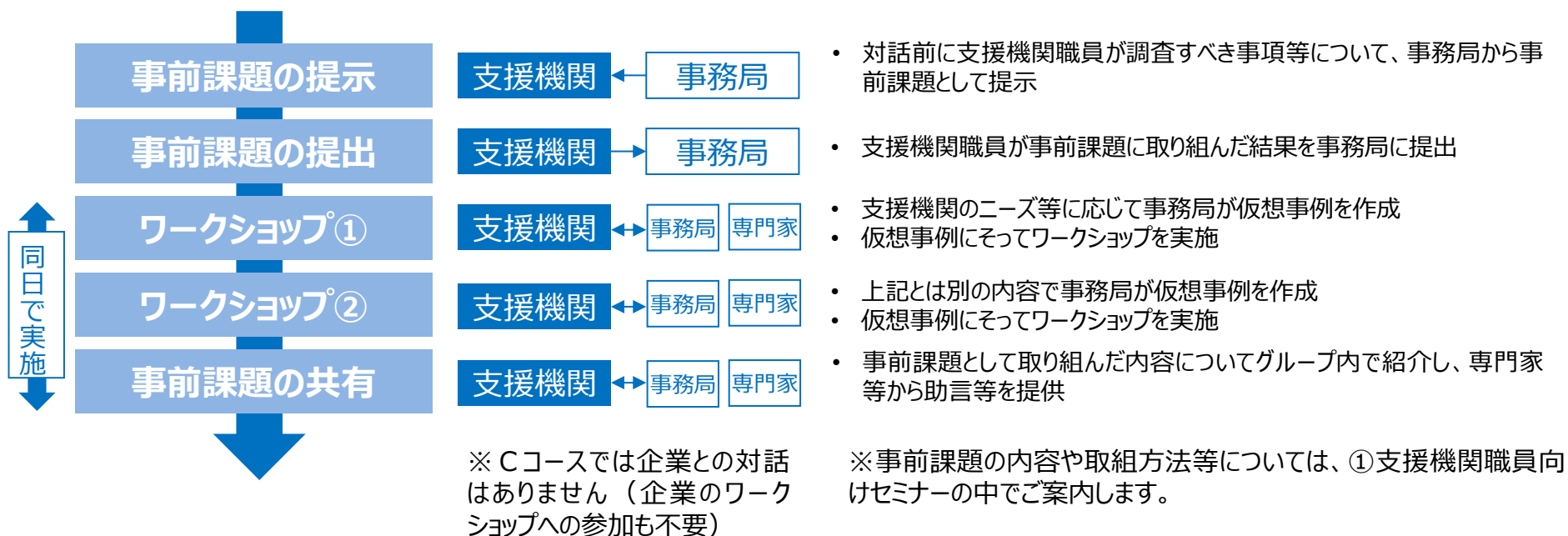
- グループに分け、各グループに企業1社、支援機関職員数名、専門家・事務局・関東経済産業局を配置する。
- 支援機関職員が対話の主対応者として進行する。
- 対話の内容については、「Aコースで実施する対話のイメージ（例）」を参照。
- 対話の中で、専門家や事務局が適宜サポートを実施。

②コース別プログラムの詳細 Cコースの流れ

Cコース

支援機関職員向けワークショップコース

支援機関職員として見るべき知財視点を“多様なパターンで習得”する



②コース別プログラムの詳細 Cコースで実施するワークショップのイメージ

仮想事例の読み込み・把握

- 事務局が、中小企業においてよくある話を土台とした仮想事例を作成する（業種や取り上げる課題等については、各支援機関の要望を踏まえてオーダーメイドで作成）。
- ワークショップに参加する支援機関職員は、まずこの仮想事例を読み込んで内容を把握する。

ここは企業からよく聞かれる悩みだ。こんなことを提案しているな。



支援機関



専門家 事務局



支援機関



支援機関

セミナーで学んだ話を踏まえると、ここは知財が関係するかも。

課題等の抽出・共有

- 支援機関職員は、その事例を把握したうえで「知的財産以外の観点で気になること、課題だと思われること」「知的財産が関係するかもしれないこと」等を検討する。
- 検討した結果を付箋に書き出し、グループの中で共有する。
- 共有した内容は、ファシリテーターとして参加する事務局がホワイトボードに整理する。

このような話の場合は、いつもこんな観点でさらに質問をしています。



支援機関



専門家 事務局

このような話の場合、実はこの点で知財が関係します。こんな問いかけで探ってみてはどうでしょうか？



支援機関



支援機関

ここで本当は知財の観点が潜んでいると思います。

②コース別プログラムの詳細 ワークショップで使用する仮想事例のイメージ

検討事項

- お客様に対して何を聞くか？／どのような提案が想定されるか？
- 知財の話が関係しそうな気がするところはあるか？

(2) 仮想事例

- 男性（60代）の経営者（甲州食肉販売株式会社）より、「**自社商品をもっと県外にも広げていきたいのだが、何をどのように考えて進めていけばよいのかわからなくなってしまった。**」との相談があった。

<現状>

- 相談者は地域の人を主顧客として、豚肉を中心とした加工・販売を営んでいる。従業員数は10名。後継者は未定。
- 当社独自の「**秘伝の味噌だれ**」の味が高い評判を得ている。（経営者の知恵が詰まっているもの）
- 近年、人口減等の影響もあってか、売上が減少し続けており、**県外も含めて販路を拡大し事業を成長させるための策**が必要であるとの思いが強くなってきた。

<今後について考えていること>

- 豚の味噌漬けを中心に、今後**ECもやっていきたい**と思っている。
- EC展開を見据えて、味を損なわない**冷凍技術**の初期案を考えた。また、様々なニーズにあうと思われる**味付けの配合**等も研究している。（設備等は準備できていない）
- 「**味噌キッチン**」という名前を冠にして、「ビールに合う」「一人暮らし用」「あっさり」「女性向け」等の**バリエーション展開**も考えたい。
- 「ビールに合う」「あっさり」は、最近戻ってきた**経営者の子どものアイデア**であり、先日まで**働いていた飲食店での経験を活かしたレシピ**で実現をできそうである。
- 一人暮らし向けには、**小分けの包装容器**にしてちよつとずつ使えるようにしていこうと思う。イメージの絵は既に考えている。
- **地域としての特性や山梨らしさ**もPRしていきたい。味噌だれの評判がよいので、味噌だれを活かして何か拡大したいとも思っている。
- パンフレットも作らなきゃいけない、パッケージも目に付くようなものにした方が良く、展示会に出て当社の良いところをたくさんPRする、など様々やらなきゃいけないことは思いつくのだが、どれからやったらよいのか、そして実施するにあたってどのように考えればよいのかわからなくなっており、一度相談させてもらいたい。



応募について

公募期間

令和7年7月7日（月）～令和7年7月25日（金） 17時

応募主体

関東経済産業局管内¹に所在地を有する地域支援機関²
単独での応募又は幹事機関³による応募が可能

応募方法

関東経済産業局WEBサイトに掲載する要領と申込用紙を確認したうえで、以下の提出先へ申込用紙を提出

提出先

関東経済産業局
bzl-kanto-chizai@meti.go.jp
知財支援リレー人材育成事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）
ip-relay@murc.jp
※メール件名に「知財支援リレー人材育成プログラム応募」と記載

- 1 関東経済産業局管内とは、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県をいう
- 2 地域支援機関とは金融機関、商工会・商工会議所、中小企業支援センター、公財・公社、一財・一社、独立行政法人、中小機構、JETRO、産総研、大学・TLO・その他民間の士業、コンサルタント等又は上記地域支援機関を構成員とする一般社団法人、一般財団法人、その他団体組織（連合会等）等を想定する
- 3 複数の支援機関をまとめた幹事機関が代表となって申請し、プログラムには複数の支援機関が参加するもの（例：特定の商工会議所が幹事となり複数の商工会議所が参加する、関連団体（信用金庫協会等）が幹事となり複数の機関（信用金庫等）が参加する）

企業選定の観点（例） ※ Aコースの場合

最もマッチする企業様のイメージ

何らかの強み・ノウハウ等を活かして事業展開している／しようとしていると思われる企業

+

新たな取組等に関するお悩みを抱えていそうな企業

（例）

- 当社ならではの“何か”が評価されて安定的に事業を実施できている
- 業績を上向きにするために、当社が培ってきたノウハウを使って新たな柱を立てていこうとしている ／等

（例）

- 販路開拓を図ろうとしているが、自社の強みをうまく伝えられず困っている
- 下請け脱却の策を考えたく、初めて自社製品開発に取り組もうと思っているが、初めての経験なので助言がほしい ／等

具体的にご留意いただきたい観点

企業様の参加意思

- ✓ Aコースの場合、1社につき、**計3回程度**、対話のお時間を取っていただくことになります。
- ✓ Aコースの場合、1回あたり、1～2時間程度で、概ね**9～2月**の間に実施します。
- ✓ なお、可能な限り知財支援を受けた経験のない／少ない企業が望ましいです。

知財権の有無

- ✓ 特許等を持っているかどうかは関係ありませんので、対象を広げてご検討ください。

業種

- ✓ **製造業に限りません**。（知財だから、特許⇒製造業という話に限りません）
- ✓ 「〇〇に関するノウハウがある」「〇〇を活かしてブランド価値を高めたい」等、製造業以外も含めて検討いただいて構いません。

規模

- ✓ 企業の規模は問いません。
昨年度の例：製造業・従業員5名以下、製造業・従業員20名以下、製造業・従業員50名以下、製造業・従業員100名以下、製造業・従業員150名以下

※支援機関の皆様にとって「積極的に支援していきたい」という企業様が望ましく、過去のお付き合いの程度は問いません。

候補となるような企業のイメージ ※あくまでも一例です

製造業A

- ○○加工技術に特徴があり、従前はその技術が評判となって安定的に事業を維持できていた。
- 社長がアイデアマンで、日ごろから新たなアイデアを思いついたら製品化に取り組んでいる。
- 現在もその技術力は健在であるが、以前ほど経営が順調ではなく、何らかの策を講じなければならないと感じている。
- 具体的には、販路開拓を何とかしなければならないというのが喫緊の課題。
- また、社長の口からは特許等の言葉を聞いたことがないので、知財については何もやってこなかったかもしれない、もしかしたら穴があるかもしれないと危惧している。
- 加えて、社長も高齢になってきているので、承継問題も気になってきているところ。

製造業B

- 社長は中堅の製造業出身であり、○○技術に長年関与してきた。現在は独立して自社を構えている。
- 今般、自社製品開発に取り組んでおり、製品開発はよいペースで進んできている。
- 当該製品は、社長がこれまでに身につけた技術と、それをさらに改良した技術が搭載されている。
- 当社に対しては、これまで新製品開発に活用できる補助金申請の案内・支援を実施してきたところである。
- 当社はこれまで、大手の下請け等で売上をあげており、自社製品開発に取り組むのは初めてである。

候補となるような企業のイメージ ※あくまでも一例です

非製造業C

- 地域産品等を利用してユニークな土産品を提供する事業に取り組んできた。
- とにかく社長のネーミングセンスがよく、消費者が目につく名前を土産品につけており、それが顧客に受けてこれまで一定の売り上げ規模を確保できた面がある。
- しかし、昨今はコロナの影響もあって売り上げが伸び悩んでおり、これを打破するための策が必要であると考えている。
- また、社長が昔、はじめて商標登録をした際にすごく喜んでいたのを覚えており、そこから数年は商標登録に熱心になっていたようだが、最近はめっきりその話を聞かなくなった。
- 何か理由があるのかもしれないが、再度事業を上向きにするためには、知財的にできることもあるのではないかと考えており、対話を通じてそのあたりの提案もできればと思っている。