

# 中小企業知財金融促進事業

## — 知財情報を切り口とした取引先企業とのコミュニケーションの高度化支援 —

Promoting financing for SMEs focused on their IP

特許庁 総務部普及支援課企画調査官

**小林 英司**

平成9年特許庁入庁。審判官・審査官として審判及び審査の事務に従事。また、情報システム室、制度改正審議室、企画調査課、審判企画室等を経て、平成29年4月より現職。

## 1 はじめに

特許庁では、中小企業が保有する知的財産を地域金融機関からの融資等に結びつける「中小企業知財金融促進事業」を実施している。

本稿では、地域金融機関の現状や事業性評価における知財情報の活用手法などを交えつつ、「中小企業知財金融促進事業」について紹介する。

## 2 地域金融機関の現状

知財金融促進事業の内容に入る前に、地域金融機関（地方銀行・第二地方銀行・信用金庫・信用組合）について少し触れたい。

金融庁では、平成27年から、金融行政が何を指すかを明確にするとともに、いかなる方針で行政を行っていくかについて「金融行政方針」として公表、また、この「金融行政方針」の進捗状況や実績等の評価を「金融レポート」として公表している。そこから、担保・保証に必要以上に依存しない融資へと転換する状況が見て取れる。

### 2.1 平成27事務年度金融行政方針

平成27年9月18日に公表された平成27事務年度金融行政方針<sup>1</sup>では、金融行政の目指す姿として「そ

うした国内で活動する金融機関については、…担保・保証に依存する融資姿勢を改め、取引先企業の事業の内容や成長可能性等を適切に評価（事業性評価）し、融資や本業支援等を通じて、地域産業・企業の生産性向上や円滑な新陳代謝の促進を図り、地方創生に貢献していくことが期待される。」と、事業性評価に基づく融資や本業支援等を求めている<sup>2</sup>。

また、平成28年9月15日に公表された「平成27事務年度金融レポート」<sup>3</sup>では、顧客企業へのヒアリングやアンケート調査の結果として、事業の理解に基づく融資や経営改善等に向けた支援を求める傾向が示されている。

- ✓ 企業は、「融資の金利条件」以上に、「自社や自社の事業への理解」、「長年の付き合いによる信頼関係」を求めている等、企業に寄り添う姿勢を重視する傾向にある（図1）<sup>4</sup>。
- ✓ 企業は「自社及び取引先の業界動向」等、自社の事業に直結する情報を求めているが、金融機関は「経済・金融・国際情勢」等の一般的な情報や、「金融商品に関する情報」等の供給側の都合による情報を提供する傾向がある（図2）<sup>5</sup>。

1 <http://www.fsa.go.jp/news/27/20150918-1/01.pdf>  
なお、事務年度は7月1日から翌年の6月30日までを指す。

2 第12ページ

3 <http://www.fsa.go.jp/news/28/20160915-4/01.pdf>

4 第28ページ

5 第29ページ

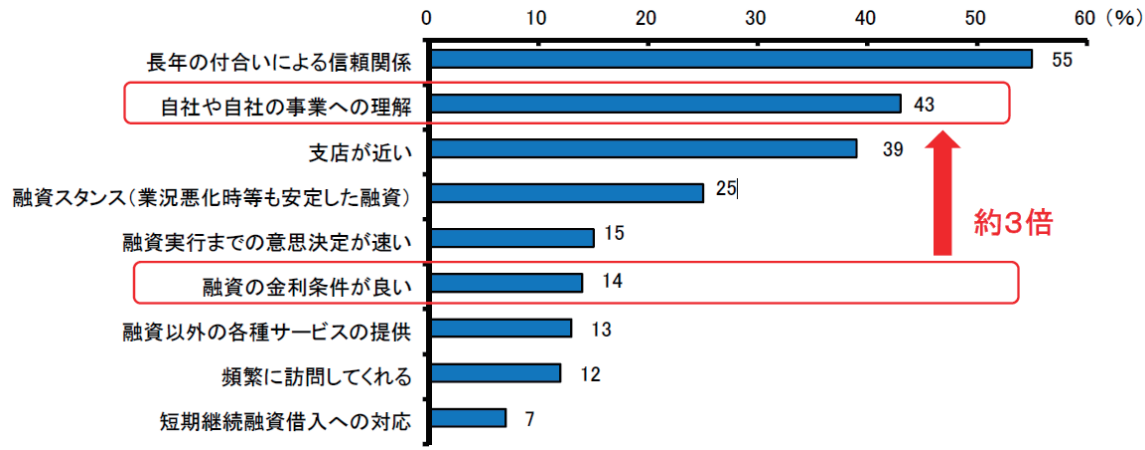


図1 企業がメインバンクに求めるもの

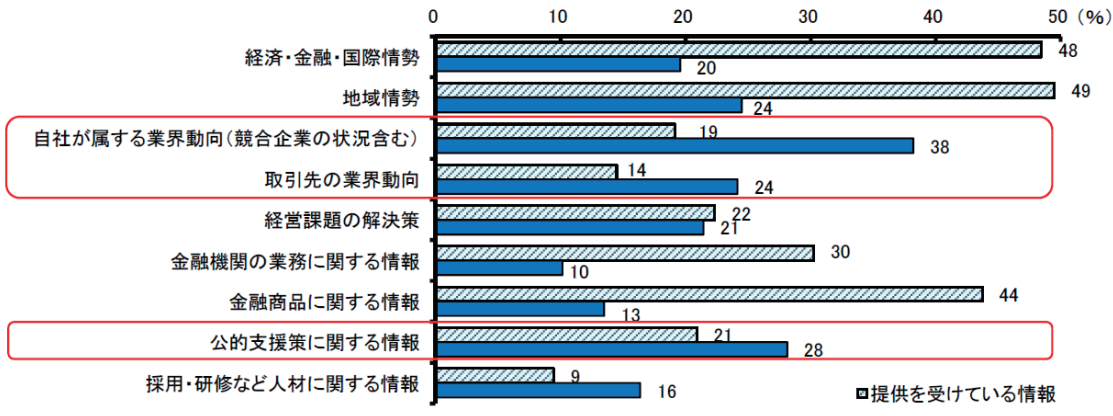


図2 企業が提供して欲しい情報と実際に提供を受けている情報とのギャップ

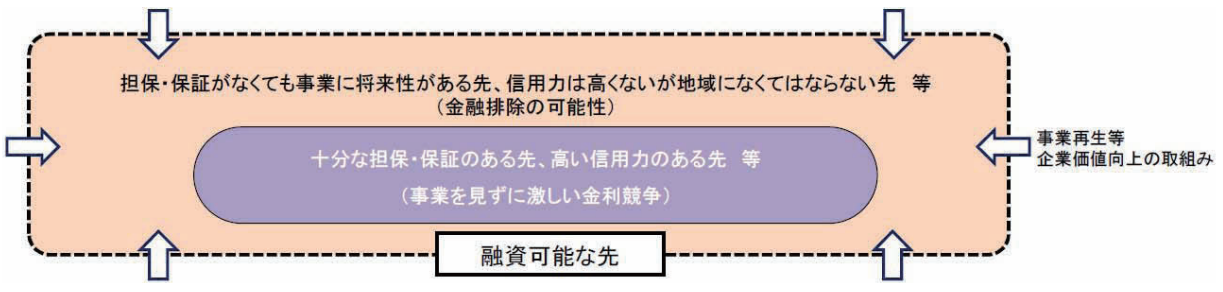


図3 「日本型金融排除」のイメージ図

## 2.2 平成28事務年度金融行政方針

平成28年度事務年度金融行政方針<sup>6</sup>においても、顧客本位の良質な金融サービスを提供し、企業の生産性向上等を助けることにより、金融機関自身も安定した顧客基盤と収益を確保すること(顧客との「共通価値の創造」)を求め、以下のとおり、「日本型金融排除」の実態把握が具体的重点施策にあげられている。

『担保・保証がなくとも事業に将来性がある先、あるいは、足下の信用力は高くはないが地域になくてはなら

ない先は地域に存在する。企業と日常から密に対話し、企業価値の向上に努めている金融機関は、地域の企業・産業の活性化に貢献するとともに、自らの顧客基盤の強化をも実現させていると考えられる。…具体的には、十分な担保・保証のある先や高い信用力のある先以外に対する金融機関の取組みが十分でないために、企業価値の向上が実現できず、金融機関自身もビジネスチャンスを逃している状況(「日本型金融排除」)が生じていないかについて、実態把握を行う。』(図3)<sup>7</sup>。

6 <http://www.fsa.go.jp/news/28/20161021-3/02.pdf>

7 第20-21ページ

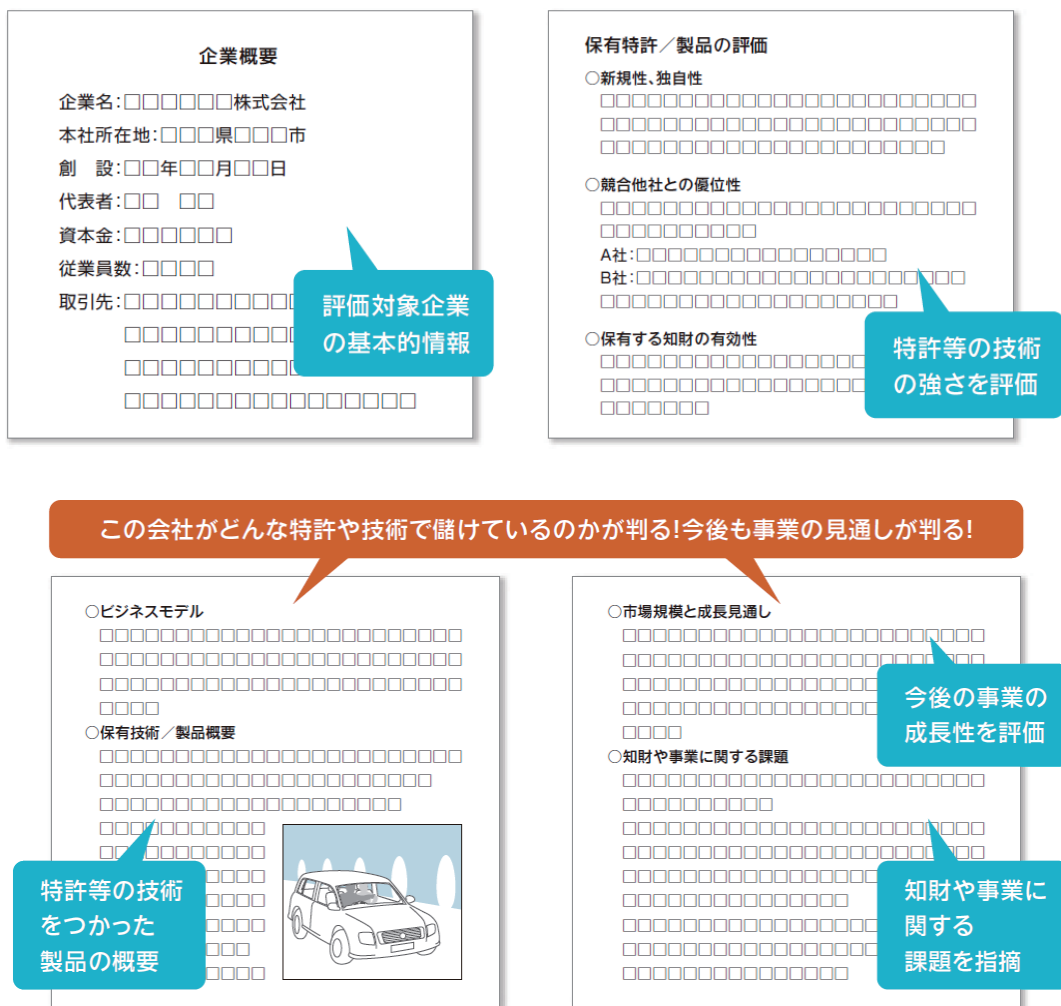


図4 知財ビジネス評価書のイメージ

### 3 知財金融促進事業の実施

このように、地域金融機関には事業性評価に基づく融資や本業支援等が求められているところ、知財金融促進事業も軌を一にするものである。

#### 3.1 事業目的

中小企業には、自身が保有する知的財産の価値を評価した上で、資金調達につなげたいというニーズがあるが、特許等の知的財産については、金融機関に評価できる目利き人材が不足している等の理由により、融資に直結しづらいという事情がある。

そこで、知的財産の価値・評価を「見える化」し、より多くの金融機関に対し「知財への気づき」を与え、中小企業の持つ技術、そして知的財産に着目する融資等を普及させるために、平成26年度に知財金融促進事業を開始した（ただし、平成26年度は試行）。

#### 3.2 知財ビジネス評価書

知的財産の価値・評価をどのように「見える化」するか。本事業では、「知財ビジネス評価書」（以下、「評価書」）を、そのメインツールとしている。

評価書は、特許や商標等の中小企業が保有する知的財産を活用したビジネスの実態をわかりやすく説明し、そのビジネス全体の評価を行うもので、知財専門家を有する知財調査事業者によって作成される。

平成29年度の事業では、13の知財調査事業者と提携しており、知財調査事業者によって評価項目に違いはあるものの、主として、以下の項目が評価書に掲載されている（図4）<sup>8</sup>。

- ・ 企業概要（基本事項）
- ・ 保有する知的財産権の評価（技術の強みなど）
- ・ 製品、サービス等と知的財産権との関連性
- ・ 事業の成長性

8 知財金融ポータルサイト  
<http://chizai-kinyu.go.jp/about/docs/pamphlet.pdf>

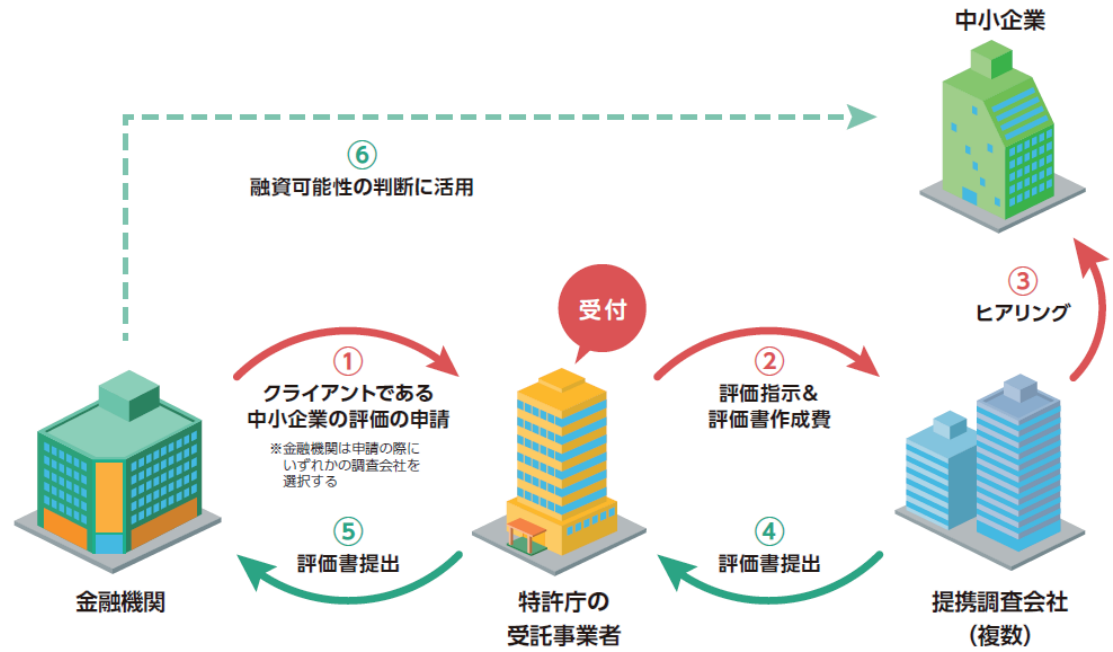


図5 知財ビジネス評価書の作成・提供フロー

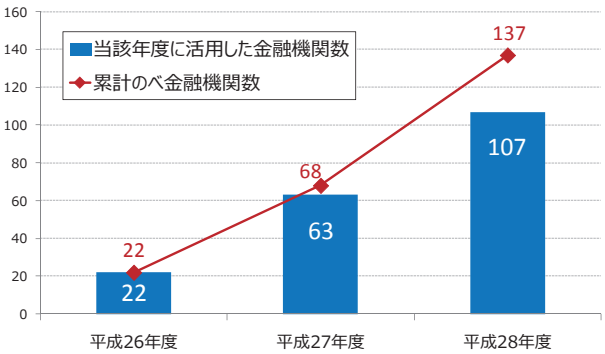


図6 知財ビジネス評価書の利用金融機関数

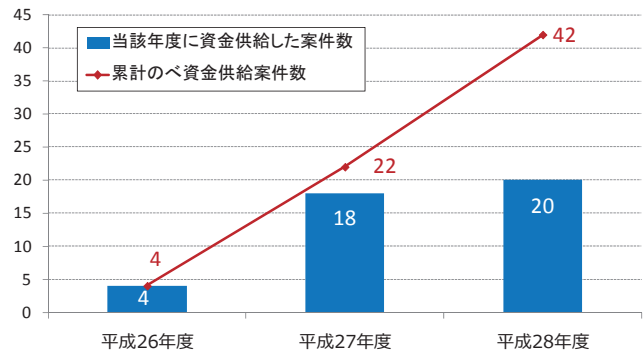


図7 資金供給につながった案件数

・課題

上記のとおり、評価書には、金融機関が取引先企業のビジネスを評価する上で必要な事項が網羅されており、企業がメインバンクに求める「自社や自社の事業への理解」(上記図1)や、企業が金融機関に提供して欲しい情報の「自社が属する業界動向」「取引先の業界動向」(上記図2)にも対応している。

3.3 知財ビジネス評価書の提供スキーム

特許庁は、地域金融機関からの申し出(応募)に基づき、評価書を作成し、地域金融機関に提供している(図5)。

また、評価書の提供に加えて、知財ビジネス評価書の内容解説(本事業では「読み合わせ」と呼んでいる)や機関内で講義を実施し、知財へのハードルを可能な限り下げ支援も行っている。

3.4 知財ビジネス評価書の利用状況

この知財ビジネス評価書は、平成28年度末までに、137金融機関で利用された(図6)。複数年度実施する中で、2度目・3度目の利用となる金融機関(いわゆるリピーター)もいるが、新規利用の金融機関も多い。

平成29年度も、平成28年度と同等又はそれ以上の利用金融機関数が見込まれており、知財金融の裾野拡大が進んでいると言える。

また、評価書が、資金調達につながるケースも増加しており、平成28年度末までの累積で42件に至っている(図7)<sup>9</sup>。なお、知財ビジネス評価書の作成件数は、累積で331件である。

9 特許庁が実施した知財ビジネス評価書利用金融機関に対するフォローアップ調査による。

### 3.5 知財ビジネス評価書に対する評価

ところで、評価書に対する金融機関からの評価はどうか。平成28年度の評価書利用金融機関に対するフォローアップ調査（100金融機関からの回答）によると、知財ビジネス評価書を活用した金融機関のうち、94%から「満足」もしくは「やや満足」との回答が得られている。

一方、評価手法についての疑問点も指摘されている。

〈評価書に対する金融機関からのコメント（主なもの）〉

- ✓ 他社との差異化要因や、自社の利益の源泉となる強みを把握することができ、それがきっかけとなって同社の今後のビジネス展開の可能性や将来性に関する具体的な仮説を持つことができた。
- ✓ 対象企業の競合や知財をベースにした成長性可能性の分析、今後の課題などについて、専門的視点で分析されており、多くの示唆があった。
- ✓ 市場・競合・強み・弱みといった固定的な情報だけでなく、成長可能性や支援の指針まで記載されており、取引先の実態を把握する上で有用であった。
- ✓ 取引先が保有している特許が、ビジネスモデルのどこに位置付けられて、どの程度の重要性があるのかという点を客観的に把握することができた。
- ✓ 市場動向や取引先が保有する知的財産の内容だけではなく、販路開拓に向けた分析や協業先等に関する示唆もあり、今後の支援の方向性の検討を深めることができた。
- ✓ 評価の具体的な根拠が分からない。
- ✓ 点数化されている項目があるが、同業他社との比較ができない。
- ✓ 今後につながる戦略について、より具体的な示唆が欲しい。

## 4 知財金融促進事業の展開

評価書の提供から始めた知財金融促進事業だが、地域金融機関における事業性評価の取組状況や取引先企業のニーズ等に応じて、本事業に対する要望も変化してきた。そこで、事業内容を工夫・改善し、以下の取組を進めている。



図8 金融機関職員向けマニュアル（通称「ススメ」）

### 4.1 取引先企業とのコミュニケーションの高度化支援

金融機関職員は、事業性評価等のために取引先企業に対するヒアリングを実施しており、ヒアリングに先立って、取引先企業の情報収集を行っている。例えば、対象企業のウェブサイトを利用しているが、サイトを開設していない中小企業も多く、仮に開設していても情報更新されていないケースもあり、ヒアリングのための情報収集手段は限られている。

また、特許庁が提供する評価書の提供件数には上限があり、地域金融機関（又はその取引先企業）が独自に評価書を取得するとしてもコストがかかることから、評価書を情報収集手段として広く利用するには不向きである。

そこで、無料で知財情報を入手できるウェブサービスである特許情報プラットフォーム（J-PlatPat）を利用した、地域金融機関－取引先企業のコミュニケーション高度化手法を提案し、金融機関職員向けマニュアル（図8）<sup>10</sup>を作成した。

「ススメ」は、知財になじみの薄い金融機関職員をター

<sup>10</sup> 金融機関職員のための知的財産活用のススメ  
<http://chizai-kinyu.go.jp/reference/docs/reference01.pdf>

ゲットとしているため、Q&A形式（対話形式）の分かりやすい解説をメイン構成とし（図9）、J-PlatPatの使い方、公報で得られる情報は何か（図10）、また、それらの情報をコミュニケーションにどのように活用できるかなどを網羅的かつコンパクトにまとめている。

また、これから知財に取り組みたい金融機関職員向けの特別セミナーを企画し、全国8か所で開催。そこでは、「ススめ」とは別に、利便性・実用性を考慮して要点を

A4サイズ1枚にまとめた「J-PlatPat利用ガイド」（図11）を配布した。

さらに、伴走型支援（後述）による、知財を切り口としたコミュニケーションスキームの創出についても検討している。

## 4.2 事業性評価スキームの高度化

事業性評価スキームが機関内で確立している金融機関

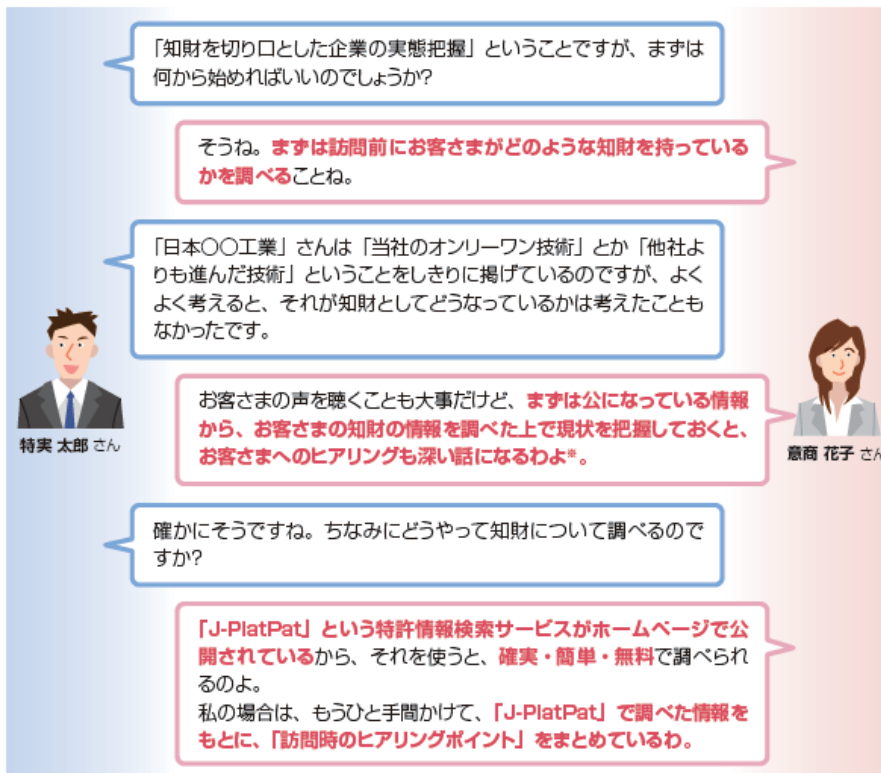


図9 対話形式の解説例

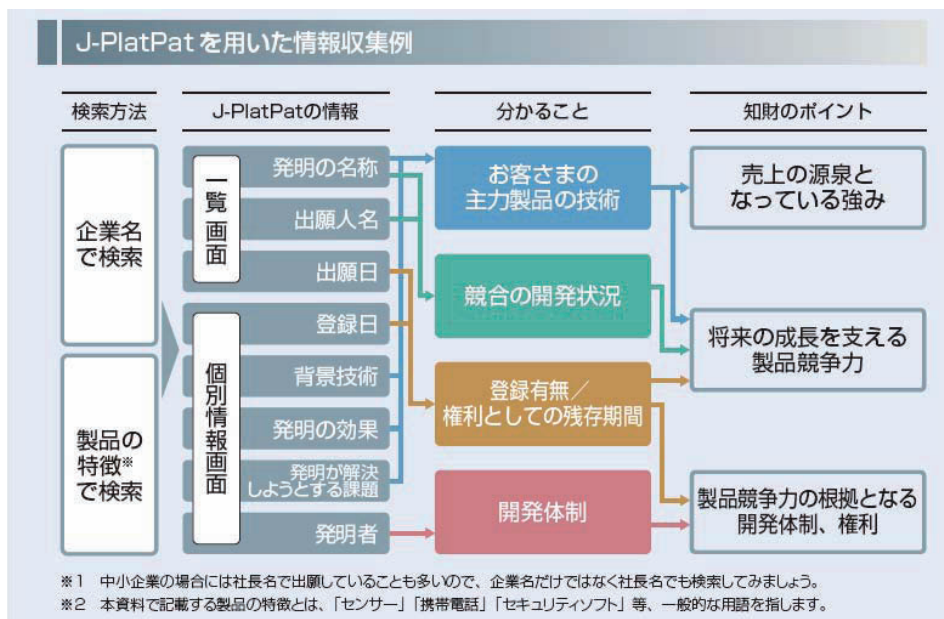


図10 J-PlatPatの解説例

## J-PlatPat利用ガイド【ススめ特別編】 ～3つのポイントでわかる企業の定性情報～



J-PlatPatとは…

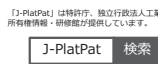
取引先企業の「技術力」「ブランド」を支える「特許」「商標」等の知財の情報を簡単・迅速・無料で収集できる検索ツールです！

知財の情報をコミュニケーションに活用すると…

取引先企業と技術やブランドに関して具体的にコミュニケーションすることで、「強み」等の定性情報への理解が深まります！

コミュニケーションが深まると…

取引先企業と他社と「強み」の比較や、中長期的な「強み」の維持向上の点から、取引先企業の課題やニーズ発掘につながります！



3つのポイントをおさえて  
J-PlatPatを使ってみよう！

### 【ポイント1】 取引先企業の知財（特許や商標）から何が「強み」かを知ろう

a. ツールバーに、取引先企業名を入力して「検索」ボタンをクリック。  
※ ツールバー左の「特許・実用新案」「商標」を選択  
⇒ ヒット件数表示後に「一覧表示」をクリックして一覧画面へ。  
※ (社名変更や入力ミス以外で) ヒット件数が0の場合は、出願せずノウハウを秘密情報として管理している可能性があります。

b. 「発明の名称」「出願日」から、いつ、どのような知財（特許や商標）を出願しているか理解。  
⇒ 1つの知財（特許や商標）をクリックして個別画面へ。

c. 「技術分野」から技術の使途を理解  
d. 「発明が解決しようとする課題」から、どのような点がすごい技術なのか（強みなのか）を理解

＜技術…特許の場合＞  
※ 「詳細な説明」ページで…  
c. 「技術分野」から技術の使途を理解  
d. 「発明が解決しようとする課題」から、どのような点がすごい技術なのか（強みなのか）を理解

＜ブランド…商標の場合＞  
商標の場合は、取引先企業の一覧画面・個別画面に商標として出願している「名称」や「ロゴ」が表示される。  
⇒ 取引先企業の製品やサービスの「こだわり」が「名称」や「ロゴ」に反映されているので、「ブランド」づくりの徹底度合いを理解

### 【ポイント2】 他社の知財（特許や商標）と比較して、取引先企業の「競争力」を知ろう

e. ツールバーに、取引先企業の製品やサービスの一般名称を入力して「検索」ボタンをクリック。  
※ 使途（例：半導体、検査）・製品（例：センサー）等の複数キーワードでAND検索すると他社を抽出しやすい  
⇒ ヒット件数表示後に「一覧表示」をクリックして一覧画面へ。

f. 取引先企業と同様の製品・サービスで、知財を出願している他社がわかる。  
⇒ ポイント1のdのように、他社の知財（特許や商標）を確認し、取引先企業との違いを知る  
⇒ 取引先企業の「強み」が、他社と比較して「競争力」を有しているかどうかかわかる。

### 【ポイント3】 取引先企業の「強み」が今後続くのかを知ろう

g. 「出願日」から権利の残存期間（他社の同一技術・商標での出願・商品提供を抑制できる期間）を確認。  
※ 特許権の残存期間は出願日から原則20年間（ただし、特許権は審査請求がされ（左記「審査請求」が「有」）、特許が付与されている必要がある）  
※ 商標の残存期間は10年間（ただし登録更新が可能）

h. 「発明者」から、取引先企業の開発体制を把握。  
⇒ <発明者が経営者のみの場合>  
取引先企業は開発を経営者に依存している可能性あり。  
<発明者が複数社員の場合>  
社内の開発体制が活況な可能性あり。

もっと詳しく知りたい方は、「知財金融ポータルホームページ」から「金融機関職員のための知的財産活用のススメ」をご参照ください！  
（経営者との会話事例等を掲載したパンフレットが、無料でダウンロード可能！）

図11 J-PlatPat 利用ガイド（通称「ススめ特別編」）

からは、評価書を自機関のスキームに付加するよりも、当該スキームの内部に知財の観点を取り込みたいとのニーズがある。

そこで、知財専門家を金融機関に派遣し、既存の事業性評価スキームを高度化するハンズオン支援（本事業では「伴走型」と呼んでいる。）の取組を追加した。平成28年度は試行的に5機関に対して実施し、平成29年度は12機関での本格実施を進めている。

### 4.3 知財活用途上型中小企業への支援

地域金融機関からは、知財活用途上型の中小企業（知的財産に対する意識も薄く、生産する製品や販路・取引先が固定的で、多くは下請けの立場にある中小企業）に対して、知的財産を意識させ、必要に応じて権利化等を行わせたいとの声も聞かれる。

そこで、本事業の伴走型支援を活用し、取引先企業が知財活用途上型であった場合のヒアリング（コミュニケーション）観点の創出や、知財総合支援窓口<sup>11</sup>への橋渡しスキームの構築を検討している。

11 特許庁が、独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）を通じて全国に設置している知的財産に関する相談窓口。

## 5 おわりに

以上、知財金融促進事業として、事業の柱である知財ビジネス評価書の提供や、新たな展開である知財情報を活用した取引先企業とのコミュニケーションの高度化支援等を紹介した。

知財金融促進事業は、開始から4年目に入るが、特許庁の支援無しに評価書を取り寄せて与信判断につなげる動きや、中小企業側から、自身の知財経営を客観的に見直すために知財ビジネス評価書の作成依頼をするなど、自主的・自発的な取組が広がっている。また、知財の視点が、金融機関の本部レベルから支店レベルに拡大しつつある状況や、ブランド戦略に関する課題が金融機関側から積極的に提案される状況などから、地域金融機関における知財意識の高まりを強く感じている。

金融機関における知財を切り口としたビジネス評価、そして、中小企業において知財を意識した経営が定着するように、地域金融機関及び取引先企業の課題やニーズに合わせて事業内容を見直しつつ、本事業を進めていきたい。

1 特許情報施策および事業

