

2022 年度 事業計画書

I. 調査研究事業

下記により調査・分析し、調査研究報告書を刊行する。

調査研究テーマ

「イノベーション創出に向けた知的財産マネジメントのあり方に関する調査研究」

1. 背景と目的

アフターコロナに向けて、多くの中小企業がイノベーションの創出に取り組んでいるところであるが、製品やサービスを他社の模倣から守るためには、知的財産マネジメントを行うことが重要である。また、自社の製品やサービスの市場での普及を図るうえでは、オープン化・標準化といった取組も重要になろう。一方で、こうした知的財産マネジメントの取組は、研究開発や企画の取組ほどに重要視されていない場合も多い。例えば、特許庁の2019年の調査によれば、出願実績のある中小企業のうち、「知的財産活動の目的が明確になっていない」とする企業は、全体の49.4%に上っている。イノベーション創出に向けた研究開発の取組において、知的財産マネジメントは必須の取組であり、その重要性や、取組のポイントについて取りまとめ、広く周知することは、多くの中小企業にとって有益であると考えられる。

知的財産マネジメントの主要な取組は、権利化による自社技術の模倣防止であるが、模倣防止にあたっては秘匿化による方法もある。権利化と秘匿化の見極めは自社の製品の性質や経営戦略と密接に関わるものであり、多くの中小企業が困難に感じる部分であると考えられる。そもそも、研究開発を実施するにあたっては、特許調査等を通じた先行技術の調査を行わなければ、研究開発の成果を自由に扱えないといった事態に陥る可能性もある。

さらに、経営戦略と密接に関連する部分としては、「オープン&クローズ戦略」のように、秘匿化や特許による独占（他社にライセンスしない）といったクローズ化する部分と、積極的なライセンスや標準化等によりオープン化する部分を見極め、市場の拡大と市場における優位な地位の獲得の両方を実現するための方策を検討することが重要である。

このような知的財産マネジメント個々の取組は、個別の事例として紹介される場合も多いが、それぞれの関連性や、イノベーション創出に向けた経営戦略と絡めて体系的に取りまとめられた研究は多くはない。

以上を踏まえて、本調査では、2021年度調査で検証したイノベーション創出に向けた取組のポイントについて、より深化させる形で、イノベーション活動の基盤となる知的財産マネジメントのあり方について検証する。その際、経営戦略との関連に注目し、先進的な中小企業の事例を研究することで、取組のポイントや知財戦略の重要性の啓発につなげることを目指す。

2. 調査の内容及び方法

(1) 知的財産に関する基本的事項について

知的財産マネジメントについて議論するにあたって、知的財産に関する基本的事項を整理する。

はじめに、知的財産マネジメントがなぜ中小企業経営において重要であるのか簡潔に示し、知的財産法の概要、中小企業と関連が大きい産業財産権（特許、実用新案、意匠、商標）の説明、政府の知的財産に関する政策の方向性や支援制度を整理する。さらに、中小企業の知的財産活動について、既存アンケート調査の結果をとりまとめる。

(2) イノベーション戦略と知的財産マネジメント

ここでは、知的財産マネジメントの重要性について、経営・事業戦略としてのイノベーション戦略との関連性に注目して整理を行う。具体的には、2021年度調査で検証した中小企業のイノベーション活動の各フェーズにおける、知的財産マネジメントの重要性について検討する。2021年度調査では、補論として簡単な記載に留まっているが、ここでは先行研究や理論的な考察を通して、より詳細な検証を行う。

さらに、イノベーション創出に向けて重要なオープン&クローズ戦略について理論的な枠組みを提示し、具体的にどのような取組が必要であるのか提示する。さらに、特許による保護だけでなく、不正競争防止法に基づく秘匿化といった実務上重要な取組についてもフォローする。また、他社や大学等とのオープンイノベーションに際した留意点についてもここで取りまとめる。

知的財産戦略・マネジメントのあり方は、製造業、サービス業、情報関連産業等、何をコア技術や製品・サービスとするかによって大きく異なってくることが見込まれる。そのため、大まかな業種分類ごとに検討することも想定する。

(3) 中小企業へのインタビュー調査の実施

(1)、(2) で検討した取組について、先進的な取組を行う中小企業に対して、インタビュー調査を実施し、取組を行うに至った経緯、成功のポイントについて整理を行う。

2) では、知的財産マネジメントとイノベーション戦略との関連性について、理論的な考察を行うが、2021年度調査で多くの先進的な中小企業が知的財産マネジメントにおいて課題を抱えていたように、実際には実務上様々な課題が存在する可能性がある。

本調査では優良事例集のように、取組のポイントだけを抽出することだけに留まらず、知的財産マネジメントを実行するうえで何がネックになっているのか「生の声」を把握することを目指す。

(4) イノベーション創出に向けた知的財産マネジメントのあり方の検討

(2) 及び (3) の結果を踏まえて、イノベーション創出に向けた理論的な知的財産マネジメントのあり方を、様々な課題に直面しこれを乗り越えている中小企業の「生の声」を基に補完・修正し、取組の方向性を指し示すことを目指す。

具体的な検証の枠組みについては、実際に実査を行いながら検討することとするが、事例集等では個々に論じられることが多かった、研究開発のフェーズごとの知的財産マネジメントのポイントや、経営戦略としてのあり方等を一体的に論じることで、アフターコロナに向けてイノベーション創出に取り組む中小企業に対して、知的財産マネジメントの重要性を啓発し、より効率的・効果的にイノベーション創出を実現できるような示唆を与えることを目指す。

Ⅱ. 表彰事業

1. 第56回(2022年度)「グッドカンパニー大賞」顕彰制度の実施

(1) 表彰の対象

表彰の対象企業は中小企業基本法に定義する中小企業とし、創業あるいは設立後3年以上の法人企業及び個人企業(共同事業体を含む)とする。ただし、上場企業又は中小企業基本法に定義する中小企業の基準を超える会社の子会社・関連会社を除く。

(2) 表彰の種別と基準

①【総合部門】

・グランプリ(全国で2社以内)

経営の刷新、技術開発、市場開拓、流通改革の分野において、特に顕著な成果をあげ、優れた内容を有する企業であって、最近3年間の業績推移が相当のものであり、今後も伸展が期待される、全国水準において優れた企業。

・優秀企業賞(原則として各地区1社、全国で9社以内)

経営の刷新、技術開発、市場開拓、流通改革の分野において、特に顕著な成果をあげ、優れた内容を有する企業であって、最近3年間の業績推移が相当なものであり、今後も伸展が期待される、全国7地区においてグランプリに準ずる優れた企業。

・特別賞(全国で2社程度)

省資源、環境保全、内需開拓、雇用福祉、地域振興など現代社会の緊要な要請に対して特に貢献度が高い企業であって、最近3年間の業績推移が相当なものであり、将来性があると認められる企業。

②【イノベーション部門】

・イノベーション事業化推進賞(全国で5社以内)

新事業・新技術の独創性、革新性に秀でており、事業として売上成果をあげているとともに、将来性があると認められる企業。

新事業、新技術等のイノベーションに基づく製品やサービス等は過去5年以内に売上開始したもので、かつ売上高・利益等が相当の割合を占めるものとする。

(3) 賞の内容

表彰企業に対し、表彰状、純銀メダル及び奨励金を贈呈する。

奨励金

【総合部門】

- | | | |
|---------|----|-------|
| ・ グランプリ | 1社 | 100万円 |
| ・ 優秀企業賞 | 1社 | 50万円 |
| ・ 特別賞 | 1社 | 30万円 |

【イノベーション部門】

- | | | |
|-----------------|----|------|
| ・ イノベーション事業化推進賞 | 1社 | 50万円 |
|-----------------|----|------|

(4) 候補企業の推薦

文部科学省、各経済産業局・沖縄総合事務局経済産業部、商工会議所（連合会）、商工会（連合会）、中小企業投資育成株式会社及び独立行政法人中小企業基盤整備機構に対し表彰候補企業の推薦を依頼する。

(5) 審査委員会

表彰企業の選考及び毎年度の表彰事業の運営方針・計画等について、審査委員会は、補佐機関である審査専門委員会並びに技術評価専門委員会の審査・検討結果の上申を基に審議・決定する。

(6) 表彰企業の決定・発表

2022年12月上旬

(7) 表彰式

2023年2月に第56回「グッドカンパニー大賞」表彰式を開催する。

2. 表彰企業のパブリシティー

既往も含めた受賞企業のパブリシティー支援を積極的に行うとともに、広報の充実を図り、引続き「グッドカンパニー大賞」の浸透と強化に努める。