

3 特許やISO

HPで紹介されている
特許やISOは売上に
どう結びついていきますか？



活用してほしい。

HPに特許を取っていると
いう情報があったら、特
許情報プラットフォーム「J-PlatPat」で詳細を検索することが
必須である。企業名検索はもち
ろんキーワードでの検索も可能
であるため、同種の特許につい
ての情報も取得できる。

J-PlatPatでは、発明者も確
認できるが、中小企業では発明
者が社長というケースが少なく
ない。開発を社長に依存してい
る企業なのか、社長が技術者で
あればマネジメントや営業のス
キルはどうかなど、社内の方
体制を確認することが大切だ。
HPと併用して確認すると、か
なりの情報が手に入るのぞひ

また、ISO認証も日本適合
性認定協会のHPで検索でき
る。企業が取得していれば、検
索して内容を確認しておくとい
だらう。

出願や取得の経緯から
新たな課題を発掘

これらの情報を確認でき
たら、まずはどのような経緯で発
明・特許出願、もしくは認証取
得に至ったのかを聞きたい。そ
の経緯には、企業の様々な思
入れとストーリーがあり、そこ
から新たな課題が分かることも
多いからだ。また、当該特許等
が市場でどう評価されているか

を確認することも必要である。
重要なのは、事業性評価の観
点から企業の強みをヒアリング
の中で見出し、様々なソリュー
ションに結び付けていくこと
だ。そのためには、融資のネタ
ではなく企業の課題を見つける
という姿勢でヒアリングに臨む
必要がある。そのきっかけの一
つが特許やISOであり、ぜひ
声かけに活用したい。

こんなトークを展開しよう

担当者：HPに特許が紹介され
ていましたが、調べましたら社
長が発明者なのでね
社長：よく調べているね。結
構、苦労して発明したんだ

4 支社・支店等

〇〇県に支社を
設けたようですが
どんな役割を担っていますか？



「今 〇〇市に新たに支
店を出されたようです
が、なぜ、〇〇市を選ばれたの
でしょうか？」——HPを見て
支社や支店に気づいたら、この
ように質問すべきである。

この質問をする際のポイントは、
「狙いとするターゲットは、
どのような顧客層なのか」「そ
の都市で、どのような活動を行
いたいのか」の二つだ。

設備投資ニーズや
運転資金需要が発生

「狙いとするターゲット」を聞
いたら、自行庫が、その都市に
ある取引先を紹介できるかどう
かをまず考える。もしそういつ

た取引先があれば、「弊行の取
引先で、〇〇社さんというお客
様がいらつしやいます。よろし
ければ、ご紹介させていただきます
ます」と伝えると、大いに喜ん
でもらえる。

「か」を聞くことで、その場所
で何を目的としているのか把握
することができる。
支社・支店のメリットとして
は、⑦顧客の利便性アップ、⑧
製造コスト低減、⑨スタッフの
マネジメント能力アップ——な

どが挙げられる。
顧客の利便性をアップさせる
ためには、まず支社・支店の存
在を知ってもらうことが必要
で、そこに販売促進ニーズが発
生する。支社・支店の出店で販
売量が増えた場合、設備投資ニ
ーズも発生する。
また、新たな支社・支店の開
設に伴い、「家賃、設営費、維
持費」といった固定費や、「人
件費」「新スタッフの教育費」
といった費用が発生するため、
その資金についての提案も可能
になる。

▼こんなトークを展開しよう



担当者：どんな点が市場に評価
されて、売上に繋がっている
のですか？
社長：最大のポイントは耐久性
だね。この特許を使った技術に
より製品の耐久性が一気に高ま
るんだけど、案外、知らない企
業も多く、大きな売上にはつな
がっていないかな
担当者：例えば、当行主催の展
示会などに出席されれば、そう
した特許をもっと多方面にPR
できると思います

POINT

- ・サイトを活用して、特許の発
明者なども確認
- ・発明に至る経緯や今後の展開
を聞き支援につなげる