

東北地域企業
知的財産活用事例集
2024

令和7年3月

Ministry of Economy, Trade and Industry
Tohoku Bureau of Economy, Trade and Industry

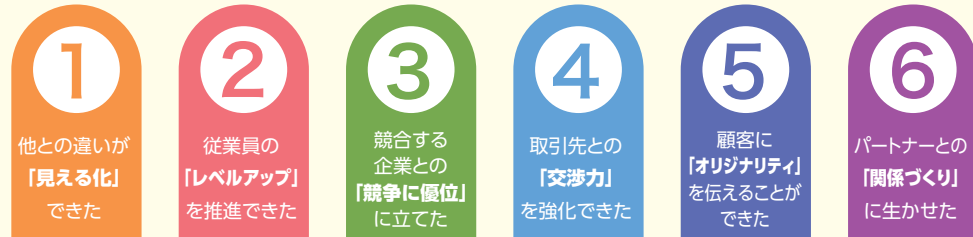
目次

P02

1 知財活用事例集について

2 事例紹介

各事例は、知的財産に取り紐む以下の6つのメリットに対応しています。



P03

事例1 テトラ・アビエーション株式会社
『企業価値・競争力を示す手段に』 ① ③ ⑤

P05

事例2 株式会社シグマソリューションズ
『新製品のPR戦略としての知的財産活動』 ② ③ ⑤

P07

事例3 宏和機工株式会社
『特許権とノウハウ管理の併用』 ① ② ④

P09

事例4 萬齋株式会社
『アイデアを実現し保護するための取り組み』 ② ⑤

P11

事例5 株式会社アイオー精密
『自社の強みを活かして他社との差別化を図る』 ① ② ⑥

P13

事例6 さとう農園株式会社
『芋煮文化の世界発信を支える自社ブランドの構築』 ① ⑤

P15

3 コラム

P17

4 支援施策のご紹介

巻頭趣旨

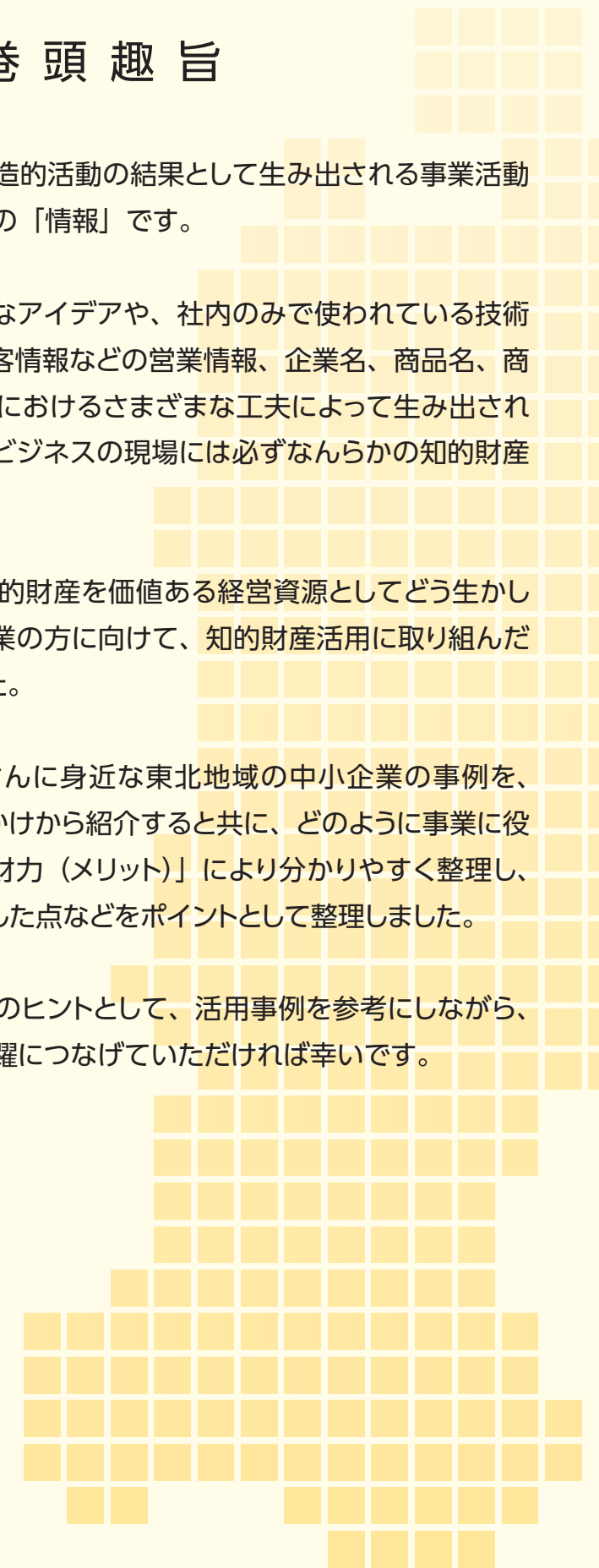
知的財産とは、人間の創造的活動の結果として生み出される事業活動に有用な技術上又は営業上の「情報」です。

独自に生み出した技術的なアイデアや、社内のみで使われている技術情報、作業マニュアル、顧客情報などの営業情報、企業名、商品名、商品のデザイン等、企業活動におけるさまざまな工夫によって生み出されたものが知的財産であり、ビジネスの現場には必ずなんらかの知的財産が存在しています。

東北経済産業局では、知的財産を価値ある経営資源としてどう生かしていくか考えている中小企業の方に向けて、知的財産活用に取り組んだ企業の事例集を作成しました。

今回の事例集では、皆さんに身近な東北地域の中小企業の事例を、知的財産に取り組んだきっかけから紹介すると共に、どのように事業に役に立ったのかを「6つの知財力（メリット）」により分かりやすく整理し、併せて取り組む上での苦労した点などをポイントとして整理しました。

新たな取組に挑戦する際のヒントとして、活用事例を参考にしながら、地域企業の皆様の更なる飛躍につなげていただければ幸いです。



事例 1 テトラ・アビエーション株式会社

— 企業価値・競争力を示す手段に —

【事例の特徴】



主な事業内容 シームレスな移動を実現するために

テトラ・アビエーション株式会社は、次世代の移動手段として今注目されている空飛ぶクルマ、eVTOL（電動垂直離着陸機）の開発を行っているスタートアップ企業です。同社は、世の中のヒトとモノの流れをスピーディーかつ円滑にするために、100km を 30 分で移動する空飛ぶクルマによるシームレスな移動の実現を目指しています。

同社は、社長の中井氏が大学博士課程在学中の 2018 年にボーイング社が後援する eVTOL 開発の国際コンテスト「GoFly」に応募し、デザイン・設計に関する 1 次審査において上位 10 名に選ばれ賞金を獲得、それを機に起業しました。また、その後 2020 年には「GoFly」の最終飛行審査「Final Fly-off」において、最も革新的な機体を開発したチームに贈られるディスラプター賞を受賞、参加した世界 103 か国 855 チーム中唯一の賞金獲得チームとなった実績を有しています。

同社は、これまでも、次世代エアモビリティの分野で国内で最も有望なスタートアップ企業として多数のメディアに取り上げられており、現在は既に国内 2 例目となる有人飛行試験を成功させ、一人乗りタイプの「teTra Mk-5」は多数の購入予約を受け付け中、新たに二人乗りタイプの機体「teTra Mk-7」の開発が発表されています。



知財活動に取り組むきっかけ ビジネス上のリスクを見越して

社長の中井氏は、大学時代の講義の中で、知的財産権を取得しなかった時に起こるリスクと、逆に知的財産権化して公知化するリスクとをそれぞれ学び、ビジネス上の知的財産活動の位置付けを既に理解していました。

そのため、初期段階からスタートアップ企業として知的財産権を取得することの必要性や重要性は、強く意識していたとのこと。前述の国際コンテストに応募した機体「teTra Mk-3」についても、特許権と意匠権をそれぞれ取得していました。

その他にも、社名の商標といった会社の基盤となるようなものは必ず権利化し、将来的に自社製品がおもちゃやゲーム等に取り入れられる可能性も見越して商標区分を押さえるなど、知的財産権全体を自社のビジネスにどう生かすべきか明確なビジョンを持って取り組んでいます。

具体的な知財活動 事業の防衛目的から自社の競争力を示す手段に

空飛ぶクルマの技術分野は、ある意味では既に成熟しきった技術分野と言われています。基礎技術は既に確立されている技術分野の中で新たに特許権を取得することは、既存技術の特許群の間をすり抜けながら、自社だけが通れる道を作っていくようなものだと同社では考えています。

同社では、技術開発や権利取得のために、該当技術分野の先行技術の網羅的な調査を行い、他社技術動向を精査した上で、研究開発方針を定め、事業に有効な権利の取得に取り組んでいます。そうして取得した権利によって、自社の技術が他社の技術の模倣ではないことを客観的に示すことが可能となっています。

既に他社との差別化と自社事業の保護を両立している同社ですが、更に知財活動を推し進める必要性を感じています。例えば、投資家向けに自社の技術力や競争力を示すためにはある程度の特許権の保有件数が必要です。一方、資金面には限りがあるため、やみくもに事業に役立たない多数の特許権を取得するようなことは本末転倒です。現在は中井社長主導で、権利取得すべき技術の見極めを行っていますが、今後の事業拡大に伴い、いずれはその役割を委譲していく必要があります。今後の展望として、事業戦略の視点から技術開発や権利取得に取り組むことができる開発現場の体制構築や人材確保を見据えています。

活動の成果

- 1 他との違いが「見える化」できた

権利取得を目指す過程における先行技術の研究において、競合他社がどのような開発を行っているのか、どのような点に苦勞しているのか等が見えてくることで、自社技術の開発にも役立っています。

先行技術を参考とすることで、他社と明確に差別化するための、自社技術の開発方針を定めることができます。
- 3 競合する企業との「競争に優位」に立てた

他社と明確に差別化した権利を取得することで、ステークホルダーに対して独自の技術力を保有する企業であることの PR となります。同時に、他社から邪魔されることなくビジネスを行えるという安心材料を与えることにもつながります。
- 5 顧客にオリジナリティを「伝える」ことができた

同社の技術力や組織体制が社会的に価値があることを分かりやすく証明することが、国際的なコンテストへの出場の理由であったと中井社長は語っています。スタートアップ企業にとって、ステークホルダーに自社の価値を示すことは欠かせません。

特に航空産業においては、自社の製品が高い安全性を有することを明示することは不可欠です。自社製品の安全性が独自の高い技術力に支えられていることを PR する際に、その技術力を示す手段の一つとして、特許権が有効に働いています。

テトラ・アビエーション株式会社



HPはこちら

代表取締役	中井 佑	事業概要	新型航空機の研究開発・製造・販売
設立	2018年6月		
所在地	福島県南相馬市原町区萱浜北谷地292		
資本金	39,000万円		
従業員数	21名		

事例 2 株式会社シグマソリューションズ

一新製品の PR 戦略としての 知的財産活動

【事例の特徴】

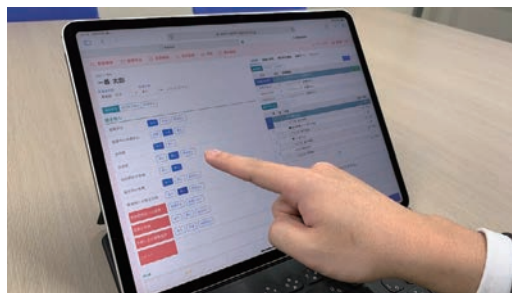


主な事業内容 医療・福祉分野に新たなソリューションを提供したい

株式会社シグマソリューションズは、医療・福祉分野におけるコンピューターシステムの開発・販売及びサポートを主に行っています。医科、歯科、調剤、介護の4分野を網羅する形で主力製品を取扱っており、東北地方を中心に全国で事業を展開中です。

中でも、調剤薬局向けの事業においては、同社が薬品卸会社のコンピューター部門から独立した会社である成り立ちを背景に、そのノウハウを活かして、自社独自開発のシステムを提供しています。

同社は常に特徴のある新規サービスの提供を目指しており、今では薬局において一般的となっている、薬剤情報提供書への薬の写真の印刷や、処方内容が読み取れる二次元バーコードを表示した処方箋等、業界初のソリューションシステムを提供しています。



知財活動に取り組むきっかけ 新製品の PR 戦略の一環として

同社では、過去に社の方針として積極的に特許取得に取り組むこととした時期がありました。その際、代理人を立てずに自社で出願手続きを全て行っていたこともあり、非常に大きな労力を費やしたにも関わらず、結果的に特許権は取得できなかった、という苦い経験がありました。そのため、会社全体としては、特許は出願が面倒なもの、というマイナスイメージが長く定着していました。

そうした中、2021 年に新たに調剤薬局向けソリューションシステム エリシアSを開発、販売に当たり、社内で様々な PR 戦略を検討する中で、特許権の取得が自社の PR になるのではないか、という意見が出たことが、改めて知財活動に取り組むきっかけでした。

とはいえ、長年抱いていた特許に対するマイナスイメージもあり、初めは出願のやり方だけでも教えてもらおう、という気持ちで INPIT 秋田県知財総合支援窓口にご相談しました。

相談に訪れた INPIT 秋田県知財総合支援窓口では、IT 分野を得意とする地元の弁理士と知り合うきっかけとなり、その後、同弁理士に出願手続きを依頼することで、特許権を取得することができました。

具体的な知財活動 特許に対するネガティブイメージの払拭と新たな権利取得

特許権取得は、知的財産に関する業務を担当している開発部門よりも、営業部門が盛り上がり、積極的に特許権取得済みの製品であることを販売時の PR に活用しています。製品に初めて実装された機能を説明する際に、「特許権を取得しています」の一言が、営業トークに説得力を持たせることを実感出来たそうです。

また、出願手続きを弁理士に依頼したこともあってか、多少の費用はかかったものの、想像していたより少ない労力で権利取得できたことで、これまで社内にあった特許は面倒なもの、というイメージが払拭され、特許出願に対する心理的な抵抗が無くなりました。

特に、依頼した弁理士と上手くコミュニケーションが取れており、開発部門としても、何かあったら弁理士に相談してみよう、という意識に変わりました。その後新たに開発したシステムに関しても、特許権を取得したことで、製品発表の展示会で PR することができました。

同社では、今後も積極的に特許権の取得を目指しています。

活動の成果

2

従業員の
「レベルアップ」
を推進できた

同社では、これまで開発部門の評価が一つの課題でした。BtoB のビジネスにおいて、営業部門は売り上げという分かりやすい評価指標があるのに対して、製品の良さが売り上げにどれだけ貢献したかを定量化することが難しいこともあり、社内で開発部門の評価をアピールするのが難しい状況でした。特許権取得をもとに社内にもアピールでき、開発部門が社内表彰にて社長賞を受賞したことで、開発部門のモチベーションアップにつながりました。

3

競合する
企業との
「競争に優位」
に立てた

特許権取得により、他社を牽制する効果や、他社に権利取得されて自社の製品が販売できなくなってしまう心配をせずに安心して自社製品を販売ができることは、特許権を取得した効果として実感しています。

5

顧客に
オリジナリティを
「伝える」
ことができた

特許権取得をパンフレットに掲載するなど、新製品の PR 手段として活用する他にも、権利取得をきっかけに、公益社団法人発明協会主催の東北地方発明表彰での受賞や、秋田県 DX 推進ポータルサイト「AKITA DeX」にインタビュー掲載されるなど、会社として公の場やメディアに取り上げられる機会が増えました。知的財産権の取得が、商品の宣伝効果だけでなく、会社自体の開発力の PR にも繋がっていることを実感できました。今後は採用活動においても、会社の魅力を伝える手段として活用されることを期待しています。

株式会社シグマソリューションズ



HPはこちら

代表取締役	北畠 寿人	事業概要	病医院向けコンピュータシステムの販売およびサポート
設立	1949年7月		歯科医院向けコンピュータシステムの販売およびサポート
所在地	秋田県秋田市卸町三丁目4番1号		調剤薬局向けコンピュータシステムの開発・販売およびサポート
資本金	1,000万円		ネットワーク工事業
従業員数	170名		

事例 3 宏和機工株式会社

【事例の特徴】

— 特許権とノウハウ管理の併用 —



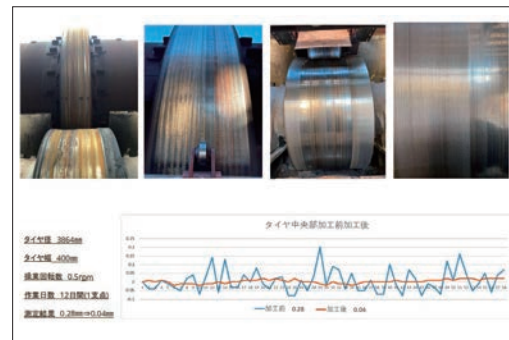
主な事業内容 コストダウンに結び付くメンテナンスを提供

宏和機工株式会社は、工場内の機械設備全般のメンテナンスを主な事業としています。

同社はメンテナンス会社としては珍しく自社工場を備えており、壊れた箇所のみを分解して自社製作して交換したり、頻繁に壊れる箇所はその問題点を把握して改良を加えて壊れにくくするなど、自社設備を活用して顧客側のコストダウンに結び付くメンテナンスサービスを提供していることが特徴です。

このサービスの仕組みは、長年に渡り大手製紙メーカーの工場メンテナンス技術者として腕を磨いてきた会長（先代社長）の機械設備に対する豊富な経験と知識に裏付けられています。元々、同社は自社工場設備を保有していなかったのですが、会長が同社を引き継いだ際、それまで培ったノウハウを活かしたメンテナンス手法を社内に導入すると共に、各種部品製作に対応可能な自社工場の設備の充実を図ってきました。

機械設備全般に関するノウハウと、部品製作が可能な自社工場設備の2つを備えることで、独自のメンテナンスサービスの仕組みを確立した結果、多くの取引先から評価され、現在も全国から依頼が舞い込んでいます。



知財活動に取り組むきっかけ 自社独自の技術を守るために

現在同社では、ロータリーキルン（回転式の加熱炉設備）の金属タイヤメンテナンス事業に特に注力しています。ロータリーキルンは多くの工場で導入されている設備ですが、その適切なメンテナンス方法は確立されておらず、こまめなメンテナンスを行うことが設備寿命を延ばすことになることもあまり認知されていません。同社では、会長の培った知見を活かして独自のメンテナンス技術の開発を行いました。しかしながら、この独自のメンテナンス技術は他社に関心を持たれることも多く、技術を他社に盗まれる懸念があります。自社技術を何らかの形で守らなくてはならないと模索した結果、特許出願を行おうと考えたのが、同社が知財活動に取り組むきっかけです。

特許を出願することで自社技術が公開されてしまうことに対し、当初は社内でも現場の技術者を中心に反対の声が多かったのですが、現社長が説得する形で特許権の取得に取り組みました。現在では、多くの施工実績を有し、顧客からも高い評価を得ており、全国からメンテナンスの依頼が寄せられています。

具体的な知財活動 特許権取得とノウハウ管理の併用

自社技術を守るための手段を模索した結果、特許権の取得と、社内でのノウハウ管理の両面から取り組みを進めることとしました。具体的には、自社で独自開発したメンテナンス加工用機械の構造については特許権（特許第 6355183 号「加工装置、及び、加工方法」）を取得し、その機械を使った施工方法については社内マニュアルの作成や施工現場の映像記録に取り組み、ノウハウとして若手技術者たちへの技術の継承に取り組んでいます。

また、この知財活動への取り組みを機に社長の考え方に変化が生まれてきました。当初は自社技術を他社に真似されないことを目的として知財活動に取り組み始めましたが、今は、このマニュアル等を活用することで、将来的には、誰もがこのメンテナンス方法で施工できる仕組みが作れないかと検討しています。

なぜなら、ロータリーキルンを有する工場は全国に多数あるものの、同社のメンテナンス方法の有用性や定期的なメンテナンスにより設備寿命が延びることなどは、まだ広く周知されていません。また、メンテナンスが必要な全国の工場に対して、同社のみで全てサポートを行うのは現実的に不可能です。

そのため、ただ独占技術として PR するのではなく、同社にとっても何らかのメリットがある形でこの技術を他社に共有し、この施工方法を行える技術者が社外にも増えていくことで、定期的なメンテナンスの必要性の認知が広がっていくと同時に、その技術者自身も受け皿になる形で、結果的に市場の拡大・活性化につながっていくことを期待しています。

活動の成果

- 1 他との違いが「見える化」できた

特許権を取得する取り組みを通じて、自社技術の特徴の分析や、権利として保護する部分とノウハウとして守る部分の明確化など、自社技術の強みを再認識することに結び付きました。また、採用活動時においても、特許権の取得を示すことで、独自の技術力を持つ、他社とは違う魅力ある企業であることを効果的にアピールしています。
- 2 従業員の「レベルアップ」を推進できた

自社技術のマニュアル化や施工現場の映像記録などの取り組みを通じてノウハウを見える化することで、社内の若手技術者の育成に役立てています。また、会長の技術を引き継いだ技術者を、若手技術者の育成係に任命することで、技術を後進に引き継ぐ仕組みを社内に構築しています。
- 4 取引先との「交渉力」を強化できた

同社の主な取引先はメンテナンス先の工場ではなく、工場に設備を販売している機械メーカーです。機械を購入した工場はトラブルがあった際、購入元の機械メーカーに問い合わせ、そのメーカーがメンテナンス事業者実際の現場作業を発注する仕組みです。通常、メーカー側はメンテナンス先の工場がある地元のメンテナンス事業者が発注することが多い中、同社はその独自技術を評価され、北海道から九州まで同社指名の案件を多数受注しています。権利取得による技術の保護とノウハウ化による技術の継承の2つが同社が選ばれる理由といえます。

宏和機工株式会社



HPはこちら

代表取締役	伊藤正悦
設立	1986年12月
所在地	宮城県石巻市新館南4番地1
資本金	1,000万円
従業員数	25人

事業概要 大型プラント内可動機械類全般のメンテナンス
特別業務としてメンテナンス機械・装置の開発
及び、開発機械を使用した高効率メンテナンス

事例 4 萬齋株式会社

－アイデアを実現し 保護するための取り組み－

【事例の特徴】



主な事業内容 建設業で省力化・省人化を目指す

萬齋株式会社は「わくわくする建設業にしよう!」をモットーに、建設現場の省力化・省人化に積極的に取り組んでいる企業です。

社長の齋藤氏は、大卒から植木職人の道に入り、職人ならではの技量、美意識、工夫や新技術を発想し取り入れる「技（わざ）」を磨くことを学びました。土木、道路建設の仕事の中でも、職人の感性と技術を活かし、より良いものづくりが出来る会社を夢見て設立、同社設立のタイミングが東日本大震災直後だったこともあり、しばらくは復興道路のコンクリート舗装の仕上げに携わっていました。

道路建設のコンクリート舗装現場では、仕上げ工程を、人がスコップやレーキを使って均一に敷き均した後をスクリードと呼ばれる機械で締め固めていく施工方法が主流となっています。この工程において、重く、粘度の高いコンクリートをスコップで敷き均す作業は非常に負担の大きい作業であり、齋藤社長は長年にわたり、この作業員の負担を軽減できないかと考えていました。

現在同社では、齋藤社長のアイデアを具現化したコンクリート舗装敷き均し機械「コンスライダー」を開発し、建設現場における省力化・省人化の第一歩を踏み出したところです。



知財活動に取り組むきっかけ アイデアを実現したい

長年にわたりコンクリート舗装仕上げの施工に携わる中で、齋藤社長はコンスライダーの原型となる機械のアイデアをずっと温めていましたが、機械の専門家では無く、また、そのための資金も不足していたため、実現する機会に恵まれませんでした。

そうした中、偶然営業に訪れた金融機関の方からものづくり補助金制度を紹介され、応募したものの、申請対象の機械が実際にはまだ存在せず、稼働した実績も無いという理由で結果的には不採択となってしまいました。そのため、他に活用できる支援制度は無いかと考えていたところ、INPIT 青森県知財総合支援窓口を紹介されたことが、同社の知財に取り組むきっかけとなりました。

INPIT 青森県知財総合支援窓口を最初に訪れた時は、活用できそうな支援制度等を教えてもらうことが目的であり、特許権の取得などは全く考えていませんでした。INPIT 青森県知財総合支援窓口から、自治体の補助金制度の紹介をはじめとした様々なサポートを受ける中で、少しずつ特許制度についても教えてもらいながら、自分のアイデアを特許権で守る意識が芽生えていきました。

具体的な知財活動 アイデアを実現し保護するための取り組み

それまで特許のことについてはほとんど知識の無かった齋藤社長は、窓口で紹介された弁理士に特許の基礎知識を教わる場所からのスタートとなりました。特許について学ぶ中で、齋藤社長も自身のアイデアを他人に真似されないように特許権の取得に取り組む意識が芽生えてきました。改めて自身のアイデアを具体化していく中で、特に歯形によるコンクリートの送り出し機構に着目し、弁理士に先行技術調査を依頼したところ、既存技術に同じものが存在しないことが分かり、特許権（特許第 7300807 号「コンクリート送出部材及びコンクリートフィニッシャー」）を取得することができました。

一方、機械の製造そのものは、大手をはじめ複数の機械メーカーに依頼したものの、正確な図面が無いものは作れない、と全て断られて困っている状況でした。このような中で、震災を機に同社の近所に引っ越してきた機械技術者の方との出会いを通じて、技術者の方が齋藤社長のコンセプトを基に機械を制作してもらえることとなり、開発は軌道に乗り始めました。最終的に、並行して権利取得に取り組んでいた特許技術を組み込むことで、「コンスライダー」は完成しました。

アイデアを具体化し、その技術を権利化した経験を活かして、同社は今後も建設現場における省力化・省人化の取り組みを進めていきたいと考えています。

活動の成果

2

従業員の
「レベルアップ」
を推進できた

始まりは助成金獲得のためでしたが、特許権について学ぶにつれ、自身のアイデアを保護する重要性に気付くことができました。また、権利化に取り組む過程が、自身のアイデアの具体化につながることも体験できました。

同社では、特許取得に取り組んだ一連の経験を、今後の新たなアイデアを形にしていくな際にも役立てていきたいと考えています。

5

顧客に
オリジナリティを
「伝える」
ことができた

同社の取り組みは、青森県の「建設業のアイデアを生かした技術開発セミナー」で事例として紹介され、新聞の Web 版に掲載されるなど、広く周知されています。

また、業界内の他の事業者にも同社の取り組みは広く認知されており、今後のコンスライダーの活用の現場が広がっていくことが期待されます。

コンクリート舗装の仕上げ工程以外にも、建設業の中で人手で行われている大変な作業はまだ沢山あります。そうした作業の省力化・省人化する機械のアイデアを、齋藤社長はまだいくつも持っており、実現していきたいと考えています。

萬齋株式会社



HPはこちら

代表取締役 齋藤賢吾

設立 2011年5月

所在地 青森県八戸市南郷大字大森字大久保21-12

資本金 100万円

従業員数 3人

事業概要 土木工事、造園工事を主とする建設工事

事例 5 株式会社アイオー精密

— 自社の強みを活かして
他社との差別化を図る —

【事例の特徴】



主な事業内容 最少ロット 1 個から、最短納期は当日受注当日発送

株式会社アイオー精密は、主に FA 装置向けの精密加工部品の受託製造を行っています。

注目する点として、「変種変量・短納期生産」に特化したビジネスモデルであり、最少で 1 個単位から、最短で当日受注当日出荷までの受注に対応しているのが同社の大きな特徴です。

取り扱う部品も多種にわたり、最小で 1mm 径のピンから大きいものでは 2 メーターサイズの部品まで対応しており、受注案件のほとんどは小ロットの品であるため、本社内では一日あたり 3,000 枚以上の図面が流れています。

このビジネスモデルを支える秘密は、同社の生産体制にあります。多くの金属加工メーカーでは、切削専門、熱処理専門等の各工程ごとに特化し残りは外注していることが多い中、同社では切削加工から熱処理、表面処理まで、一連の金属部品製造工程に必要な設備と技術者を全て社内へ備え、社内一貫生産体制をとることで、「変種変量・短納期生産」を実現しています。



知財活動に取り組むきっかけ 自社の強みを追求する技術開発

同社は、自社独自商品を持っておらず、主な顧客となる部品販売商社向けのビジネスでは、入札で競合となる多数のサプライヤーと争う必要があります。そのため、他の部品メーカーとの競争に勝つためには、いかに速く・安くモノを作れるかを突き詰めることで、他社との差別化を図る必要があると考え、新たな技術開発に取り組み始めました。

また、同時期に新工場を設立したことも、その後押しとなりました。これまで手狭で自由度の無かった旧工場から、広く充実した設備の新工場に移ったことで、機械の配置を含めて理想のものづくりを追求していく環境が整ったと言えます。

特に、同社の強みとしている小ロットかつ短納期の製造工程をより追及すべきと考え開発を進める中で、新たな技術を保護しようと INPIT 岩手県知財総合支援窓口相談したことが、現在のように知財活動に積極的に取り組み始める第一歩となりました。

具体的な知財活動 技術開発をきっかけに広がる知財活動

従来、金属部品加工の生産方式において、部品情報は人の手で入力する方法ないし、CAD・CAM を用いたものであり、人のスキルに依存する傾向にあります。これらの問題として、生産規模の拡大がし難い事が挙げられます。また、少子高齢化による人手不足、高度技能者の減少または、技術伝承不足の問題にも対応する必要があります。同社の強みは、1 個単位から受注に最速の対応が出来ることであり段取りロスを一気に減らしていくかという問題に対して抜本的な打ち手として開発を開始したものです。

同社では、形状を座標や図を用いて表現するのではなく、数値パターンを簡略化し、独自の文字列として表現。その独自パターンに沿って作成した文字列を QR コード（※）等の処理を経て、NC 工作機械に転送するシステムを開発しました。この方式により生産性の向上及び同業他社に対する優位性を確立しています。その他にも大学からのアドバイスをもらいつつ、装置メーカーと組んで新たな装置の開発を行っています。これらの特許を権利化することで、自社の強みが見える化しつつ、他社への牽制に役立てています。

また、同社の知財活動は特許の取得だけに留まりません。INPIT 岩手県知財総合支援窓口のサポートを受けながら職務発明規程を策定し報奨制度を設けたり、自社名の商標権を取得するなど、社内の知財活動体制の整備が進んでいます。

※QR コードは (株) デンソーウェーブの登録商標です。

活動の成果

1
他との違いが
「見える化」
できた

特許権の取得は、営業面等での PR のみでなく、リクルートの面でも、ただモノを作っているだけの会社ではない、独自の開発力を有する会社であることの PR になりました。また、商標権の取得を機に、自社の知名度向上のための取り組みの一環として、岩手大学で初のネーミングライツ契約の締結や、地域のものづくり人材育成を目的とした岩手県発明くふう展への寄付を行うなど、様々な活動にも取り組んでいます。ネーミングライツの影響もあり、岩手大学から前年から倍増する人数のインターシップの受け入れに繋がるなど、同社としても高い IT スキルを持つ人材を集めたいという思いがある中で、知財が採用活動のための有効な PR 手段となっています。

2
従業員の
「レベルアップ」
を推進できた

元々、製造現場では、常に改善に取り組み、生産効率を上げることに取り組んでいましたが、新たに設けた職務発明規定や報奨制度が、より一層社内における技術開発のモチベーションアップに結び付いています。

6
パートナーとの
「関係づくり」
に生かされた

これまでの社内における改善や生産効率アップのための取り組みは、内部の知見が中心となっていました。一連の知財活動への取り組みを通じて、大学からのアドバイスや他社との共同開発などを経験することで、外部知見を取り入れて発想を広げていくことの有効性に気付くきっかけとなりました。

株式会社アイオー精密



HPはこちら

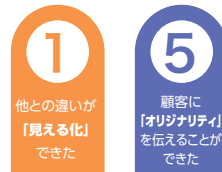
代表取締役 鬼柳 一宏
設立 1977年9月
所在地 岩手県花巻市東十二丁目17-1-1
資本金 175,346,000円
従業員数 545名

事業概要 FA用メカニカルパーツ、金型用パーツ、研究開発部門向け試作パーツ、生産技術部門向けメンテナンスパーツ、組み立て装置部品、伝動部品、各種治具設計・製造組立、特注材受注製作ほか

事例 6 さとう農園株式会社

～芋煮文化の世界発信を支える 自社ブランドの構築～

【事例の特徴】



主な事業内容 里芋のことなら何でも知っている『里芋専門店』

さとう農園株式会社は、山形名物「芋煮」の主役である里芋を専門に取り扱う、創業 100 年以上の歴史を誇る食品会社です。地元山形の里芋はもちろん、南は九州から四国、関東、東北と季節に合わせて全国の産地リレーをすることで、年間を通して里芋の仕入れを行い、販売しています。

元々、同社は里芋の洗い加工を主な事業とする会社でした。里芋同士をこすり合わせて洗う古くから伝わる伝統技術を用いて、全国から仕入れた里芋を加工し、皮むき不要ですぐ調理できる洗い里芋として販売する事業です。そうした中、お客さんからの「無農薬の里芋が欲しい」という一本の電話をきっかけに、自然農法による里芋の自社栽培も開始し、現在も引き続き栽培面積を拡大中です。

2023 年からは新たにキッチンカー事業を開始し、100 台以上のキッチンカーが集まる世界最大規模のキッチンカーグルメイベント「キッチンカーグルメ選手権」で 2023 年、2024 年と 2 年連続金賞を獲得するなど、山形の芋煮とさとう農園の名前を全国に知らしめました。今後は直営の里芋料理の飲食店事業の展開も目指しています。

同社では、生産、加工、流通、小売と、あらゆる分野でおいしい里芋を消費者に届ける事業を展開しています。



知財活動に取り組むきっかけ 既存事業の枠組みからの脱却を目指して

山形県は「日本一の芋煮会フェスティバル」の開催をはじめとした、芋煮文化に支えられて 1 世帯当たりの里芋の年間支出金額が日本一です。しかしながら、近年では地域人口の減少等に伴い、里芋の売り上げも減少傾向にあります。その他にも同社では、夏場は里芋の流通量が大きく減少するなど、季節による売上の変動が大きく、年間を通じて安定的な収入が得られないことや、主力の洗い加工事業への大手をはじめとした他企業の参入など、様々な課題を抱えていました。

新たに始めた里芋の栽培事業でも、収穫期等の特定の時期だけ大量の人手が必要であることや、豊作の年であっても、農産物の価格が下がり、人件費等の支出が増大することで、手元に残るお金は凶作の年とほとんど変わらない農業の仕組みに疑問を抱いていました。

そのため、同社では既存の仕組みや事業とは別に、里芋を使って何か新たに利益を得ることができる仕組みが必要だと考え、自社の 6 次産業化を目指し、里芋を使った新たな加工食品の開発等に取り組み始めました。そうした中、当時社長が参加していたビジネススクールで、INPIT 山形県知財総合支援窓口を紹介され、自社ブランドの構築やビジネスやアイデアを守る手段について相談に訪れたのが、知財に取り組み始めたきっかけでした。

具体的な知財活動 経営デザインシートを用いたブランド戦略の立案

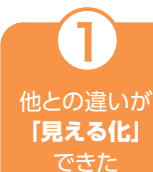
同社では、芋煮文化の発信を通じて、国内のみならず海外も含め里芋食の定着を図り、里芋の売り上げ拡大に結びつけていきたいと考えています。

また、安定的な収益構造を目指す 6 次産業化の取り組みにおいても、消費者への認知度アップのための広報活動に力を入れていく必要があります。

これらの活動を進めていくには、自社ブランドの構築が必要不可欠であると考えてはいたものの、具体的にどのように取り組めば良いのか分からないことが同社の悩みでした。INPIT 山形県知財総合支援窓口への相談を通じて、支援チームによる経営デザインシートを活用した自社分析に基づく事業方針の見直しや、キッチンカー事業開始時には、目を引くための看板の構成やお客様の導線、調理配膳方法の工夫といった具体的なノウハウを、ブランド専門家からアドバイスを受けるなど様々なサポートを受けながら、同社では戦略的なブランド構築に取り組んでいます。

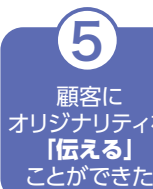
また、自社ブランドの構築の一環として、日本を代表して芋煮を PR したい、という思いに基づいて「いも煮ジャパン\IMONI JAPAN」と芋煮の煮炊きをイメージしたマークの商標権を獲得し（商標登録第6842723号、商標登録第6842724号）、事業の PR と保護に役立てています。

活動の成果



同社では過去に商品のアイデアを盗まれた経験があります。ある里芋の加工食品を開発し、食品メーカーに製造委託の相談を持ち掛けたところ、最低の製造ロット数が数万個単位であることを示され、同社では製造をあきらめたのですが、その後、相談先の食品メーカーが同じような商品を別の商品名で販売されてしまった、という出来事がありました。同社ではその苦い経験から、自社のアイデアやビジネスを守る必要性を感じていました。

経営デザインシートを用いた自社分析により、自社の強みや弱み、里芋の栽培、加工方法、品質管理や流通チャネルといった保有するノウハウなどの知的資産を再認識し、目指すビジネスモデルのために知的資産をどのように活用すべきか検討することができました。



「キッチンカーグルメ選手権」で 2 年連続金賞を獲得した同社のキッチンカーでは、「いも煮ジャパン\IMONI JAPAN」と芋煮の煮炊きをイメージしたマークの商標を付した旗や看板を掲げて、日本食の代表的なメニューの一つとして芋煮が認知されるよう積極的に PR を行っています。

これまでも同社では、おいしい里芋を国内外へ発信するために、様々なユニークな広報活動を行ってきました。広報活動の一環としてナスカの地上絵を里芋畑で再現したことが全国メディアで紹介されたことをきっかけに、バレーで開催された山形県人会 100 周年記念式典にて芋煮を振る舞う機会を得て、現地で注目されることができました。同じようにインドの神様「ガネーシャ」を里芋畑に描いたことで、インドの子供たちに芋煮カレーを振る舞う機会が生まれ、国内のみならず、海外においても芋煮を PR することができました。

日本食文化の代表として芋煮の魅力を発信するために、「いも煮ジャパン\IMONI JAPAN」の商標は必要不可欠なものです。

さとう農園株式会社



HPはこちら

代表取締役	佐藤卓弥
設立	1989年7月
所在地	山形県山形市下柳157-1
資本金	2,500万円
従業員数	18名

事業概要	里芋の栽培（農薬・化学肥料不使用）・加工・販売、里芋苗の栽培、芋がらの販売、ホーリーバジル(OYA TULSI)の栽培（農薬不使用）・加工・販売、他
------	--

コラム

ピンチをチャンスに変える！ 中小企業の知財活用術

私は弁理士として約20年、東北での開業から10年、中小企業の知財活動を支援してきました。近年、知財の重要性は広く認識されるようになりましたが、中小企業の経営者の方から、「気になってはいたけれど、具体的に何をすればいいか分からなかった」という声をよく耳にします。そこで、知財に関心のある読者の皆様に、事業の羅針盤となるような、知財活用のリアルな事例を3つご紹介します。

事例

1

特許取得でピンチをチャンスに変えたA社

A社は、新技術を開発し、製品化を目指して特許取得を検討していました。しかし、先行技術調査の結果、既に他社の特許が存在することが判明。A社は落胆しましたが、特許の内容を詳細に理解したことで、抵触しない代替技術の開発に成功。さらに、その過程で生まれた新たな発明について特許を取得し、製品化も実現しました。

もしも、製品の販売前に相談がなければ、A社は他社の特許を侵害していた可能性が高く、事業継続も危うかったかもしれません。特許取得への積極的な姿勢が、結果的に大きな成功へと繋がった好例です。

事例

2

共同研究・開発を継続的に行うB社

B社は、大学や他の中小企業と共同で研究開発を継続的にを行い、事業化を目指しています。以前は、コストの観点から、研究開発の成果を知財化することに消極的でした。

しかし、共同研究のパートナーが変わった際、成果の権利関係が曖昧になり、トラブルが発生。この経験から、B社は研究開発の成果を定期的に知財化することにしました。

その結果、成果の権利関係が明確になり、パートナーが変わってもトラブルを回避できるようになりました。また、知財によって研究開発に対する補助金や助成金、投資を受けやすくなるというメリットも生まれました。

事例

3

商標登録の重要性を痛感したC商店

C商店は、店舗名が九州の企業の登録商標に類似しているとの警告を受けました。近年、インターネットの普及により、商標権者は容易に他者の商標を監視できます。C商店の場合、九州の企業がインターネット検索で店舗名を発見し、警告に至ったようです。

C商店は、泣く泣く店舗名の変更を余儀なくされました。看板、チラシ、メニュー、ウェブサイトなど、変更に伴う費用は多額に上り、長年親しまれた名称を変更したことによる顧客離れの可能性もありました。

この事例は、商標登録の重要性を改めて認識させてくれます。商標登録の検討には、変更に伴うコストやリスクも考慮する必要があります。C商店は、この経験を機に、新商品や店舗名の考案時には必ず商標調査を行うようになりました。

知財で未来を拓く！ 中小企業へのエール



知財に関するトラブルは、事業が軌道に乗ってからでは、リスクもコストも増大します。早期に専門家へ相談することで、最適な解決策を見つけることができます。

知財は、中小企業の皆様にとって強力な武器となります。しかし、戦略的な活用が不可欠です。本コラムが、皆様の知財活動の一助となれば幸いです。知財に関するお悩みは、弁理士や各県の知財総合支援窓口へお気軽にご相談ください。私たちが全力でサポートいたします。

〈執筆者〉

若山 剛

けやき国際特許商標事務所 代表弁理士

東北大学大学院工学研究科博士課程修了後、シンクタンク勤務を経て2004年に弁理士登録。

首都圏の特許事務所3ヶ所で実務経験を積んだ後、

2015年に仙台市にて「けやき国際特許商標事務所」を開業。

中小企業の知的財産活動支援に尽力する。

2021年度日本弁理士会東北会会長。

知的財産関連支援施策のご紹介

東北経済産業局では、知的財産に関する支援施策を実施するとともに、東北地域における知的財産に関する意識啓発、人材育成、活用促進及び地域ブランド創成に向けた様々な事業を行っています。

知的財産関連支援施策の一部をご紹介します。その他の支援施策については、東北経済産業局のウェブサイト「とうほく知的財産いいねっと」をご覧ください。



特許料等軽減制度

中小企業の皆様が、特許庁に納付いただく「出願審査請求料」「特許料（第1年分から第10年分）」「国際出願に係る手数料」が軽減されます。
証明書類の提出も必要なく、簡単な手続で申請できます。

- ✓ 中小企業の特許料金が2分の1に
- ✓ 小規模企業・中小ベンチャー企業の特許料金が3分の1に
- ✓ 福島浜通りの中小企業の特許料金が4分の1に



中小企業等海外出願支援事業

中小企業者による戦略的な外国出願の促進を図るため、外国出願にかかる費用の2分の1を助成します。

【助成対象となる経費】

- 外国特許庁への出願手数料
 - 特許・実用新案：各国への直接出願費用、PCT国際出願の「国内移行費用」
 - 商標：各国への直接出願費用、マドプロ出願費用
 - 意匠：各国への直接出願費用、ハーグ出願費用
 - 外国特許庁への出願に要する国内代理人・現地代理人費用
 - 外国特許庁への出願に要する翻訳費用
- ※日本国特許庁に支払う費用、国内外消費税等については助成対象外です。



早期審査制度・早期審理制度

● **早期審査制度**
「早期審査に関する事情説明書」を提出することにより、通常の出願に比べ早期に審査を行う制度です。

● **早期審理制度**
「早期審理に関する事業情説明書」を提出することにより、早期に拒絶査定不服審判事件の審理を行う制度です。



審査請求料の返還制度

審査請求後、権利化の必要性が低下した特許出願又は先行技術調査により特許性がないことが判明した等の特許出願について、審査着手前に出願を取下げ又は放棄した場合には、出願の取下げ又は放棄した日から6月以内に返還請求をすると、納付した審査請求料の2分の1（半額）が返還される制度です。



INPIT知財総合支援窓口

独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）は各県に「INPIT知財総合支援窓口」を設置しています。知的財産に関する悩みや課題をワンストップで解決するための相談窓口です。

中小企業等のみなさんが経営の中で抱える、アイデア段階から事業展開までの知的財産に関する悩みや課題を一元的に受け付け、その場で解決を図るワンストップサービスを提供するため、全国に設置しております。

「知財総合支援窓口」では、窓口支援担当者による課題等のワンストップ支援の他に、弁理士・弁護士等を活用した高度な専門性を必要とする支援にも対応しておりますので、お近くの「INPIT知財総合支援窓口」を是非御活用ください。



●窓口支援担当者が知的財産に関する悩みや課題を解決支援します

- ▶ 知的財産に関する悩みや課題を解決支援します。
- ▶ 課題等をその場で受け付け、ワンストップで支援します。現地へ訪問することも可能です。
- ▶ 中小企業向け知財支援策の紹介や出願手続きについて説明します。
- ▶ 電子出願用端末機器を利用した電子出願を行うことができます。

●専門的な課題について、弁理士・弁護士などが解決策をアドバイスします

- ▶ 高度な専門性を必要とする内容に、弁理士・弁護士・中小企業診断士などが窓口支援担当者と協働して解決策をアドバイスします。
- ▶ デザインやブランディングの専門家が、知財活用を視野に入れたデザイン戦略やブランド戦略を支援します。
- ▶ 海外展開分野において知見を持つ知財専門家が、外国出願、海外企業との知財に関する契約等について助言します。

●中小企業が抱える様々な悩みを外部機関と連携して支援します

- ▶ 海外展開に関する課題や侵害・模倣品対策について、JETRO等の海外展開支援機関と連携して支援します。
- ▶ 知財に関する相談以外にも、中小企業が抱える様々な悩みを受け付け、他の支援機関を紹介するとともに、連携して支援します。

東北各県のINPIT知財総合支援窓口

INPIT知財総合支援窓口は47都道府県に設置しています。東北各県のINPIT知財総合支援窓口は以下のとおりです。

都道府県	住 所	電話番号	開設時間
青森県	青森市長島1-1-1 青森県庁北棟1階 青森県知的財産支援センター内	017-762-7351	8時30分～17時15分
岩手県	盛岡市肴町4-5 カガヤ肴町ビル3階	019-656-6017	9時00分～17時00分
宮城県	仙台市泉区明通2-2 宮城県産業技術総合センター2階 宮城県発明協会内	022-725-6370	9時00分～17時00分
秋田県	秋田市山王3-1-1 秋田県庁第二庁舎2階	018-860-5614	8時30分～17時15分
山形県	山形市松栄2-2-1 山形県高度技術研究開発センター内	023-647-8130	8時30分～12時00分 13時00分～17時15分
福島県	郡山市待池台1-12 福島県ハイテクプラザ2階	024-963-0242	8時30分～17時15分