

東北地域知財戦略推進計画
[2021年度～2024年度]

2021年3月

東北地域知財戦略本部

目次

第1章 総論

- 1. 東北地域知財戦略本部の設立背景・基本方針 …ページ 1
- 2. 第2次地域知財活性化行動計画 …ページ 1

第2章 東北地域における知的財産を取り巻く状況

- 1. 域内経済・産業構造の現状と知的財産 …ページ 3
- 2. 知的財産を取り巻く状況 …ページ 5
- 3. 各県・各組織における知的財産への取組 …ページ 12
- 4. 知財推進計画 2018 のレビュー …ページ 15
- 5. 東北地域知財戦略推進における課題 …ページ 20

第3章 東北地域知財戦略推進計画の基本方針と具体的施策

- 1. 基本方針 …ページ 21
- 2. 施策（個別）方針 …ページ 22
- 3. 具体的施策 …ページ 22

第1章 総論

1. 東北地域知財戦略本部の設立背景・基本方針

国の知的財産戦略本部（以下「国の本部」という。）は、『知財推進計画 2004』の中で、中小・ベンチャー企業の知的財産活動を促し、戦略的に事業化していくための支援体制の構築を目的に、各地域の経済産業局に『地域知財戦略本部』を設置することを提言した。

これを受け東北経済産業局では、2005年7月8日に東北6県及び政令指定都市仙台市の知的財産担当者、大学、企業関係者等の有識者をメンバーとし、東北地域知財戦略本部（以下「東北本部」という。）を設置した。

東北本部では、東北地域知財戦略推進計画（以下「推進計画」という。）を2006年3月に策定し、第1期（2006年4月～2007年3月）、第2期（2007年4月～2010年3月）の活動を行った。その後、第3期東北地域知財戦略推進計画（2010年4月～2017年3月）、東北地域知財戦略推進計画2018（2018年4月～2021年3月）の中期的な計画を策定し、知的財産権における『意識啓発』、『人材育成』、『活用促進』を柱に据えて活動を行ってきた。

第1の柱：知的財産の持つ意義を広く周知することを最優先課題と捉え、知的財産の“意識啓発”を行う。

第2の柱：知的財産の創造・活用を行う企業経営者、技術研究者の他、知的財産関連支援人材、知的財産の産業への展開を支える産業支援人材等の“人材育成”を行う。

第3の柱：知的財産の創造、保護、活用の連続した知的創造サイクルの中で、創造保護に関してまだ発展途上の段階にあることから、知的財産権の“活用促進”を促す。

推進計画は、各関係機関がそれぞれ連携しつつ知財関連施策を実施する際の方向性を示すものと位置付け、施策の実施に当たっては、各地方公共団体、事業者等ごとの知的財産の状況に合わせた支援策を、既存事業も含め具体的な計画を策定し、着手可能な事業から順次実行して行くこととした。

2. 第2次地域知財活性化行動計画

特許庁では、2020年7月に第2次地域知財活性化行動計画（以下、「行動計画」という。）を公表した。行動計画の中では、以下の4つの課題が抽出され、この課題を解決・対応するために、3つの基本方針が示された。

【4つの課題】

- ① 知財支援施策に対する認知度が低く、適切な支援施策及び支援機関の選択・組合せができていない。
- ② 知的財産権活用の目的が明確化されていない地域・中小企業が依然として多い。
- ③ 知財経営・知的財産権ミックスの実践が進んでいるが、一部の企業にとどまっている。
- ④ 知財を取り巻く新たな情勢への対応が不十分。

【3つの基本方針】

- ① ターゲットを意識した地域・中小企業支援の充実

特許庁、独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）、地方自治体、知的財産室（関係主体）は、関係主体ごとのターゲットを意識して、知財の権利化や利活用のための効果

的な戦略の構築を支援し、中小企業の知財活用度のステージを引き上げることにより、企業の「稼ぐ力」を強化。

特に中央レベルでは、地域未来牽引企業やサポイン採択事業者、ベンチャー企業等の知財活用のポテンシャルの高い企業をターゲットに、ハンズオンで事業成長までフォローアップ支援等を実施。

② 地域・中小企業の支援プレイヤーの連携と支援の融合

特許庁を中心として、経済産業省（中小企業庁・地域経済産業グループ）、農林水産省、各関係主体や地域の支援機関等との連携を強化し、各支援事業（補助金・助成金、専門家派遣、セミナー等）と特許庁が持つ各知財施策（特許料の軽減、早期審査等）を組み合わせることで、支援の抜け漏れ防止や支援手法の最適化を図り、横断的かつ一体的な支援体制を構築。

③ KPI の設定・共有と新たな情勢を踏まえた取組

中央では、特許庁及び独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）が主体となり、ハンズオン支援を基幹指標と定めた KPI（中央 KPI）を策定・推進。同時に、知的財産戦略ビジョン（2018 年 6 月知財戦略本部決定）に記載のある社会変革や、新型コロナウイルスによる経済的影響等の新たな情勢も踏まえた先駆的な取組を試行。

地域では、地方自治体及び知的財産室が主体となり、地域の特色や各自治体の産業振興ビジョン等を踏まえた都道府県ごとの KPI（地域 KPI）を策定・推進。

各関係主体が PDCA サイクルを回しながら定期的に自己検証を行い、その情報を他の関係主体に共有することで、関係主体間で活動状況を相互に把握。

行動計画の基本方針では、地方自治体や知的財産室が主体的に行う取組についても明記されており、基本方針に基づいた行動を実施する。

第2章 東北地域及び国内における知的財産を取り巻く状況

1. 域内経済・産業構造の現状と知的財産

我が国経済は、2012年11月を景気の谷として、2014年4月、2019年10月にそれぞれ消費税を引き上げた影響はあるものの、緩やかな回復を続けてきた。

東北地域に目を向けてみると、1995年をピークに人口が減少傾向となっている。2019年には、全国比6.9%を占めているが、2040年までに22.3%減少し、全国比6.1%となると推計されており、急速な勢いで人口減少することが想定されている。

東北地域の大企業数をみると、関東、近畿、中部、九州に次いで5番目に多い地域となっている。一方、特許出願件数でみると、関東、近畿、中部、中国、九州、四国に次ぐ、7番目の出願件数となっており、研究開発が他の地域に比べて弱いといえる。

東北は、これまで下請け企業が多いといわれてきたが、下請けで培ったノウハウを活かし、研究開発を強化していくことが重要である。また、研究開発の成果を最大限活かしていくためには、経営上の知財戦略の位置付けに加え、市場の拡大や製品品質の基準を担保するために標準化することも経営戦略の一端として位置付ける必要がある。

つまり、研究開発の成果をノウハウとして秘匿するか、特許権を取得してその技術を独占するか、あるいは、標準化することにより市場の拡大を目指すかなど、効果的な戦略を選択することが重要である。

(1) 東北地域経済と産業の認識

東北地域の域内総生産（GDP）は、表2-1に示したように全国比の約6.3%であり、産業ごとの総生産額は、第一次産業0.9兆円（構成比2.7%）、第二次産業9.8兆円（同28.6%）、第三次産業23.6兆円（68.6%）となっている。

【第一次産業】

第一次産業の域内総生産は、全国比14.1%であり、生産地としての位置付けは高い。就業人口は、全国比14.9%で、人口比6.9%に比べて農業に従事する労働者の比率は高いものの、生産額は低く、域内総生産額は第二次産業の額の10分の1程度となっている。

【第二次産業】

第二次産業の出荷額は、全国比5.5%であり、電子部品・デバイス・電子回路（同14.6%）の占める割合が高く、東北地域への集積度が高い業種となっている。

【第三次産業】

第三次産業では、小売販売額は全国比7.2%であり、人口比6.9%に近いものとなっているが、卸売販売額は同4.3%とかなり小さいことから、東北地域の流通面の弱さが浮き彫りとなっている。よって、流通・サービス業の集積度が低いいため、域内で生産された産品・製品等の流通、販売機能の強化が必要と考えられる。

また、東北地域に立地する企業は、本社機能が東北地域外にある場合が多く、いわゆる支店経済となっている。研究開発部門を持たない、又は域内に研究開発部門を置いていない企業の比率が高く、付加価値の低い量産型の工場、又は自社ブランド、最終製品を持たない下請け製造業が多い。

これが東北地域において、研究成果としての特許等の知的財産が、域内で創造されたものとして権利化されにくい遠因ともなっている。

<表2-1 東北地域の経済指標>

	合計	各県構成比 (%)						対全国比 (%)	資料 (出典)
		青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島		
総面積 (2020年1月1日現在)	66,948 km ²	14.4	22.8	10.9	17.4	13.9	20.6	17.7	「令和2年全国都道府県市区町村別面積調」 (国土地理院)
総人口 (2019年10月1日現在)	8,669 千人	14.4	14.2	26.6	11.1	12.4	21.3	6.9	「人口推計」 (総務省)
世帯数 (2015年10月1日現在)	3,468 千世帯	-	-	-	-	-	-	-	「平成27年国勢調査」 (総務省)
域内総生産 (2017年度)	344,520 億円	12.9	13.5	27.5	10.3	12.4	23.4	6.3	「平成29年度県民経済計算」 (内閣府、各県公表資料)
内訳	第一次産業	9,299 億円	-	-	-	-	-	-	
	第二次産業	98,379 億円	-	-	-	-	-	-	
	第三次産業	236,429 億円	-	-	-	-	-	-	
市町村数 (2020年8月1日現在)	77 市	-	-	-	-	-	-	-	「都道府県別市区町村数一覧」 (総務省)
	116 町	-	-	-	-	-	-	-	
	34 村	-	-	-	-	-	-	-	
一人当たりの所得 (2017年度)	2,829 千円	-	-	-	-	-	-	-	「平成29年度県民経済計算」 (内閣府、各県公表資料)
事業所数 (2016年6月1日現在)	414,657 事業所	-	-	-	-	-	-	-	「平成28年経済センサス活動調査」 (総務省、経済産業省)
従業者数 (2016年6月1日現在)	3,726 千人	-	-	-	-	-	-	-	「平成28年経済センサス活動調査」 (総務省、経済産業省)
製造品出荷額 (2018年)	186,196 億円	9.6	14.6	25.1	7.2	15.4	28.2	5.6	「2019年工業統計調査」 (経済産業省)
卸売業販売額 (2015年)	175,705 億円	10.5	11.2	50.0	6.4	7.6	14.4	4.3	「平成28年経済センサス活動調査」 (総務省、経済産業省)
小売販売額 (2015年)	99,666 億円	14.4	13.7	27.8	11.3	11.6	21.2	7.2	「平成28年経済センサス活動調査」 (総務省、経済産業省)

(資料：東北経済のポイント (東北経済産業局) 令和2年度版より)

2. 知的財産を取り巻く状況

(1) 知財を活用した企業の事例

東北地域において知財を有効活用している企業はいくつか存在している。このような企業は、市場における自社技術の特徴や優位性を把握し、戦略的な経営・研究開発を行いつつ、戦略的な知財活動を行っている。

① 株式会社新興製作所（岩手県花巻市）

新製品開発時に先行技術調査を行うことで、競合他社の技術と抵触しないように対策を実施している。また、公知技術を参考にすることで、自社製品の小型化、省電力化、消耗品の寿命の向上に繋げるなど、特許情報を有効に活用している。

② ヤマニ醤油株式会社（岩手県盛岡市）

東日本大震災により、自社の製造施設が全て消失。その後、奇跡的に発掘された製造レシピを基に同業他社に OEM 委託した。商標については、委託先企業にライセンスすることにより、自社ブランドを復活させた。

③ 株式会社ヨシダアニー（秋田県秋田市）

自社製品が、複雑で真似のできないものではないことから、特許権や実用新案権を取得して、他社による模倣品対策を実施。出願に当たっては、知財総合支援窓口を活用し、特許にするか実用新案にするかの方針を決めている。また、自社商品が、降雪地域向けの商品であり、国内市場が限られているため、海外展開のための外国出願を行っている。外国出願の際は、外国出願補助金を活用している。

④ 株式会社シンテック（福島県いわき市）

自社製品のノウハウが流出した苦い経験を糧に研究開発の段階から弁理士などの専門家にも同席してもらい、出願手順のみならず、事業家の相談や契約に関しても知財の取り扱いに不備や漏れが無いように細心の注意を払っている。また、研究開発の際は、弁理士が作成した、特許マップを参考にした事業戦略（知財戦略）を構築している。

（引用：知的財産活用企業事例集 2018 の内容を引用して作成）

(2) 東北地域の知的財産状況分析

東北地域で創造される知的財産のうち、表 2-2 に示したように産業財産権（特許、実用新案、意匠、商標）の出願状況をみると、2019 年の特許出願件数は 6 県合計 1,814 件であり、全国の約 0.7%強に過ぎない。

また、他地域と比較してみると、製造品出荷額は、地域別6位（5.6%）であるのに比べて、特許出願件数7位(0.74%)、実用新案出願件数6位(2.36%)、意匠出願件数7位(1.68%)、商標出願件数6位（1.87%）となっている。

製造品出荷額比率が東北地域の約半分程度の四国地域と比較しても、出願割合が同程度となっていることから、東北地域では産業規模に比べて、総じて権利取得や知的財産活用の比率が低いことがうかがえる。

<表2-2 2019年四法出願状況>

	特許	特許出願件数割合	実用新案	実用新案出願件数割合	意匠	意匠出願件数割合	商標	商標出願件数割合	製造品出荷額等
北海道	597	0.24%	65	1.76%	179	0.78%	1,957	1.31%	1.9%
東北	1,814	0.74%	87	2.36%	385	1.68%	2,790	1.87%	5.6%
関東	152,152	62.01%	1,836	49.72%	12,087	52.86%	74,360	49.94%	35.1%
中部	31,791	12.96%	352	9.53%	2,467	10.79%	8,740	5.87%	22.0%
近畿	48,370	19.71%	892	24.15%	6,009	26.28%	48,964	32.88%	16.6%
中国	5,083	2.07%	132	3.57%	621	2.72%	3,318	2.23%	8.2%
四国	2,373	0.97%	69	1.87%	411	1.80%	1,753	1.18%	2.9%
九州	3,030	1.23%	246	6.66%	621	2.72%	6,195	4.16%	7.6%
沖縄	131	0.05%	12	0.32%	77	0.34%	781	0.52%	0.2%
その他	31	0.01%	2	0.05%	10	0.04%	55	0.04%	—
計	245,372	100%	3,693	100%	22,867	100%	148,913	100%	100%

(出典：特許行政年次報告書2020年版<統計・資料編>など(製造品出荷額等は2018年))

一方、2015年から2019年までの東北各県ごとの産業財産権出願件数を比較したところ、全般的に宮城が他県に比べて多く、次いで福島、山形の順となっている。

製造品出荷額と特許出願件数を比較した場合、福島は山形に比べて製造品出荷額が1.8倍程度あるが特許出願件数は同規模になっている。これは、山形大学が研究開発に力を入れており、企業等との共同研究や受託研究を積極的に行っていることで、権利取得数が多いことが要因となっている。

また、表2-3に示したように特許出願件数では宮城が圧倒的に多いが、宮城の特許出願件数全体のうち半数は東北大学による出願（年間の出願件数400件程度）となっている。

<表2-3 東北地域内出願件数推移>

	出願種別	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	5年間計
青森	特許	136	145	140	341	367	1,129
	実用新案	15	8	9	9	11	52
	意匠	29	43	28	53	34	187
	商標	272	299	255	227	288	1,341
岩手	特許	146	142	137	129	136	690
	実用新案	19	8	16	14	8	65
	意匠	24	23	33	29	26	135
	商標	329	340	319	322	348	1,658
宮城	特許	805	732	687	692	705	3,621
	実用新案	69	52	61	46	35	263
	意匠	137	109	141	161	150	698
	商標	709	777	802	829	958	4,075
秋田	特許	106	132	116	90	136	580
	実用新案	35	27	21	14	5	102
	意匠	15	16	9	12	13	65
	商標	249	241	296	220	240	1,246
山形	特許	274	257	261	233	210	1,235
	実用新案	24	14	9	12	10	69
	意匠	42	65	63	62	114	346
	商標	323	376	340	377	378	1,794
福島	特許	252	282	307	228	260	1,329
	実用新案	27	28	26	25	18	124
	意匠	17	37	40	72	48	214
	商標	420	467	523	539	578	2,527
特許合計		1,719	1,690	1,648	1,713	1,814	8,584
	(全国比)	0.66%	0.65%	0.63%	0.68%	0.74%	0.67%
	全国合計	258,839	260,244	260,292	253,630	245,372	1,278,377
実用新案合計		189	137	142	120	87	675
	(全国比)	3.63%	2.78%	3.10%	3.15%	2.36%	3.04%
	全国合計	5,213	4,928	4,578	3,810	3,693	22,222
意匠合計		264	293	314	389	385	1,645
	(全国比)	1.06%	1.19%	1.29%	1.66%	1.68%	1.37%
	全国合計	24,804	24,543	24,432	23,453	22,867	120,099
商標合計		2,302	2,500	2,535	2,514	2,790	12,641
	(全国比)	1.95%	1.87%	1.64%	1.73%	1.87%	1.81%
	全国合計	117,960	133,337	154,780	145,274	148,913	700,264

(出典：特許行政年次報告書2020年版<統計・資料編>など)

(3) 東北地域の特許所有傾向の分析まとめ

東北地域全体の特許所有内容をみると、化学、建造物、成形、電気、器械において保有件数が多い。また、大学、中堅・中小企業、大企業の関連企業、産業財産権活動が盛んな地元の特定企業（出願人）が中心となって多数の出願を行っており、権利を保有している上位20者で見ると、大学、大手企業が上位にランクインしている。特に、大学が5者入っており、保有数では、概ね4割程度が大学の保有技術となっている。

また、県別に見ると、福島を除く5県については、上位に大学がランクインしている状況である。

【青森県】

大手企業の特許保有件数が多く、次いで弘前大学となっている。電気、物理学に関する権利が大半を占めている。分野別では、順に電気、器械、農業に関する技術が多い。

【岩手県】

岩手大学の特許保有件数が多い。分野別では、器械、健康・人命救助・娯楽に関する技術が多い。

【宮城県】

東北大学の特許保有件数が圧倒的に多い。東北地域全体で見ても東北大学の保有数が一番多い状況となっている。分野別では、電気、器械、化学に関する技術が多い。

【秋田県】

大手企業の保有件数が多く、次いで秋田大学となっている。分野別では、化学、電気、器械の順となっている。

【山形県】

大手企業の特許保有件数多く、次いで山形大学となっている。分野別では、電気、化学、建造物の順となっている。

【福島県】

大手企業2社の特許保有件数が多い状況。分野別では、成型、化学、器械の順となっている。

(4) 東北地域の特徴 (※)

① 総面積

総面積は、17.7%と日本全体の6分の1程度を占めている。総人口は、全国比6.9%となっている。第一次産業は全国比14.1%と人口比よりも高い比率となっているが、第二次産業は6.8%で人口比と同程度、第三次産業は6.0%と人口比よりも低い水準となっているのが特徴。

② 産業

産業としては、電子部品・デバイス・電子回路が14.6%で高い水準にあり、食料品が7.3%と比較的高い水準となっている。

③ 農林水産業

総生産の2.7%程度を占める農林水産業は、国内総生産割合の1.2%を上回っている。「農業」に関する特許所有数は、全国の割合が1.03%に対し、東北地域は3.56%で3倍強と、農業に占める割合が大きい。

④ 建設業

総生産の9%程度を占める建設業も、国内総生産割合の5.7%を上回っている。「建造物」に関する特許所有数は、全国割合が3.91%に対し、東北地域は6.17%で約1.6倍

と、全国に比べて大きい割合となっている。

⑤ 経済規模

東北地域の経済規模は、域内総生産額が 34 兆 4,520 億円で、中国地域をやや上回り、九州地域より下回る位置にある。しかし、2019 年の特許出願件数で 3 地域を比較すると、経済規模に比べて東北地域は特許出願件数が少ない（東北地域 1,814 件、中国地域 5,083 件、九州地域 3,030 件）。

⑥ 大学による知財活動

東北地域では、企業の知財活動よりも大学における知財活動が活発であるといえる。ただし大学でも、権利を取得するにとどまり、企業へのライセンス、特許技術の社会実装などの権利活用といったところがあまりなされていないという課題もある。

⑦ 中小企業の知財意識

中小企業の知財意識は、まだまだ低いと感じられるが、知財活動の実践を働きかけた企業の中には、企業が経営を行っていく上で、知財的な考え方を持つことが重要という認識を持つ企業も現れている。

(※) 令和 2 年版東北経済のポイント、地域経済分析システム (RESAS)、特許行政年次報告書 2020 年版、大学等における産学連携等実施状況等により分析

(5) 企業における知財支援策の利用状況及び経営戦略における知財活動の位置付け等 (※)

知財に関する支援策の利用状況は、順に J-PlatPat (63.4%)、早期審査 (28.6%)、知的財産権制度 (初心者向け) (26.6%)、特許料・審査請求料の減免 (23.7%)、知財総合支援窓口 (21.4%) となっている。これらについては一定の利用があるものの、その他、特許情報分析活用支援、出張面接・テレビ面接、知財ビジネス評価書、海外知的財産プロデューサーなどの利用率が 5%未満と、利用が低いものも存在している。

また、中小企業の経営戦略における知財活動については、知的財産活動の目的が明確になっていない (49.4%) が半数を占める状況となっている。

企業経営における知財活動の位置付けについては、「必要不可欠な活動として位置付け実践している」企業は、2013 年度 21%が 2018 年度に 30%と増加しているもののまだまだ増加の余地がある。

知財ミックス (特許権、意匠権、商標権を組み合わせた戦略) を実践している企業について、大企業が 15%の水準に対し、中小企業は 1.6%と低い水準にある。

(※) 特許庁の調査による。東北地域に限らず全国を対象とした 2018 年度の数字。

(6) 標準化戦略と知財戦略

標準化と知財戦略は、密接な関係にある。

標準化とは、『一定のメンバーの合意を得て規格を制定し、当該規格を普及する行為』である。標準化することで市場の拡大・安定化・信頼の確保が期待でき、また、共通化・技術移転の容易化や差別化が図れるため、製造・提供コストが安価となるメリットがある。一方で、他社参入が容易になるため、自社のシェアが減少してしまう恐れがデメリットとなる場合もある。

特許権は、独占権を得ることで、自社シェアの拡大・信頼の確保に役立ち、ライセンス収入の確保、差別化、他社による模倣の防止といったメリットがある。一方で、全体とし

での市場が広がりにくい側面があり、特許取得や維持管理のコストも発生するので、競争阻止による技術進歩の鈍化等といった、独占弊害が生じるデメリットが考えられる。

また秘匿化する場合には、他社に技術等の内容がわからないうちは、技術を独占し、期間にとらわれず独占出来るメリットがある。一方で、技術等の内容を知られてしまう、あるいは他社によって技術課題を解決されてしまうと、自社のシェアが著しく低くなる恐れがある。

以上のように、標準化・特許権のオープン戦略、秘匿化のいずれもメリットとデメリットがあるが、これらのメリットを組み合わせることにより競争力を確保しつつ、企業利益を最大化することができる。

例えば、QR コードは、まず一般に普及させるため、基本仕様については ISO 化をした。そして、必須特許はライセンス料を無償とし、誰でも利用できるようにしたことで、市場の拡大を図った。同時に、QR コードの認識やデコード部分をブラックボックス領域とし、QR コードリーダー（読み取り機）やソフトウェアを有償で販売し、QR コードリーダーで、国内トップシェアを獲得した。

このように、標準化戦略、知財戦略、秘匿化は、「自社技術をベースとして市場をどう形成していくか」が大きなポイントとなる。例えば、全体市場が 10 億円あり、その市場を特許で全て独占したとしても、自社が獲得できるのは 10 億円までとなる。しかし、標準化によって全体市場が 100 億円まで拡大できれば、その際に自社シェアが 50%に低下してしまったとしても、50 億円の市場を自社で確保することができる。

標準化、特許化、秘匿化を戦略的に選択することが自社の利益を最大化するために重要となるが、東北地域の企業においては、これらの戦略の選択を必ずしも出来ていない状況となっている。

また、一般財団法人日本規格協会が新市場創造型標準化制度を整備している。国内の標準化では、原案作成から標準化まで 3 年から 4 年を要しているところ、日本規格協会が国内調整を行うことで、1 年半程度で標準化するという、標準化までの期間が大幅に短縮される制度となっている。こちらの制度は、2019 年 6 月時点で 38 社が利用している制度であるが、東北地域での利用企業は、1 社とまだまだ利用がなされておらず、標準化制度自体があまり知られていないと推察される。

◇**発明者ベースの推計（2016年）**

2015年から2019年の発明者・考案者・創作者の推移は表2-4のとおりである。出願件数（全国比0.6～0.7%）と比較し約2倍の全国比率となっている。

これは、大手企業の生産工場などが多く、特許出願は本社がある地域で行うためと推察される。

<表 2-4 東北地域内の特許発明者数推移>

		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	5年間計
青森	発明者	405	492	675	779	782	3,133
	考案者	15	11	11	12	17	66
	創作者	33	51	47	62	43	236
岩手	発明者	388	427	419	502	542	2,278
	考案者	23	11	20	24	12	90
	創作者	38	38	47	44	43	210
宮城	発明者	2,876	3,102	2,861	3,287	3,293	15,419
	考案者	108	64	79	76	39	366
	創作者	292	219	239	258	299	1,307
秋田	発明者	637	566	493	447	544	2,687
	考案者	42	29	25	17	10	123
	創作者	39	30	38	15	25	147
山形	発明者	1,039	1,086	1,278	1,170	1,043	5,616
	考案者	29	16	14	18	11	88
	創作者	122	128	136	133	216	735
福島	発明者	1,282	1,382	1,413	1,311	1,369	6,757
	考案者	28	34	33	35	24	154
	創作者	60	66	84	107	79	396
発明者合計		6,627	7,055	7,139	7,496	7,573	35,890
(全国比)		1.14%	1.11%	1.12%	1.20%	1.25%	1.16%
全国合計		581,711	633,917	635,641	626,978	606,077	3,084,324
考案者合計		245	165	182	182	113	887
(全国比)		3.38%	2.48%	2.92%	3.49%	2.27%	2.92%
全国合計		7,259	6,650	6,229	5,213	4,974	30,325
創作者合計		584	532	591	619	705	3,031
(全国比)		1.31%	1.23%	1.37%	1.49%	1.77%	1.43%
全国合計		44,498	43,293	43,114	41,511	39,801	212,217

(出典：特許行政年次報告書 2020年版<統計・資料編>)

3. 各県・各組織における知的財産への取組

(1) 各県の知的財産への取組状況

① 青森県

一般社団法人青森県発明協会と共同で「青森県知的財産支援センター」を開設しており、県内中小企業からの相談対応、知的財産制度の普及、活用の支援を連携して行っている。

知財の普及として、中小企業の知財マインドを育成するため、「知財総合講座」などを開催している。知財活用支援として、事業性の高い知財活用ビジネスの拡大を図るため、特定の分野においてトップシェアを目指す企業の事業化モデルを構築するとともに、知財活用支援コーディネーターの配置による、知財経営導入促進や知財マッチングを実施しているほか、地域資源のブランド化に取り組む団体に対するブランド戦略構築、及び知財未活用企業の知財戦略策定などを支援している。

また、県内少年少女発明クラブの活動を将来の本県産業人財の育成につなげるため、少年少女発明クラブと地域企業との連携や人財育成を担う指導員の技術向上を支援している。

② 岩手県

農商工連携知財支援コーディネーターを配置し、知財総合支援窓口の機能の充実・強化を図り、農林水産分野の知財発掘と知財マインドの醸成、農林水産業に係るブランド化の取組を支援している。

また、知財セミナー・相談会、知財教育授業等を開催し、知財を活用するものづくり人材の育成を図っている。さらに、「岩手県発明くふう展」を開催し、県民への知財に対する意識啓発に取り組んでいる。

③ 宮城県

宮城県産業技術総合センターに知財コーディネーターを配置し、県内中小企業等の知的財産に関する相談に対応し、課題解決を図るとともに、知的財産権の流通促進と併せ、それらを活用した事業化等に向けた支援を行っている。

また、日本弁理士会との協定に基づき、県内中小企業の経営者や担当者の知的財産への理解向上を目的としたセミナーを年3回程度開催している。さらに、県内の知的財産支援機関の情報交換を円滑にするとともに、連携により知的財産支援を効果的に実施するため、宮城県知的財産支援機関連絡会議を開催している。

④ 秋田県

県の産業支援機関であり、知財総合支援窓口を受託している公益財団法人あきた企業活性化センターとともに、県内企業等からの相談対応や知財専門家の紹介、知的財産権制度の普及啓発を行っている。

また、一般県民や児童生徒に対して、発明や創意工夫への興味・関心を喚起し、知的財産権の源泉である発明の奨励、創意の高揚を促進するため、秋田県発明協会及び公益財団法人あきた企業活性化センターと共同で「秋田県発明展」を開催している。さらに、毎年度「秋田県特許・技術シーズ集」を発行し、県内企業等に対して、県の公設試験研究機関が保有する知的財産の活用を呼びかけている。

⑤ 山形県

県の知的財産に関する支援機関としての中核を担う一般社団法人山形県発明協会に対し、運営費を助成している。県の公設試験研究機関の知的財産に関しては、知的財産出願等に係る取扱基準を定めるとともに、外部有識者による山形県知的財産管理審査委員会を設置・開催し、試験研究機関の知的財産の登録・維持・活用などを審査し、県内産業への活用促進を図っている。また、県有特許や知的財産を支援する機関を紹介するリーフレットを作成し、地域コーディネーターなどから県内事業者へ配布を行っている。

青少年の創造性育成のため、一般社団法人山形県発明協会、開催市とともに山形県発明くふう展を主催している。2020年度からは、少年少女発明クラブ創設支援や既存クラブへの活動費助成のため、同協会へ補助金を交付している。

⑥ 福島県

一般社団法人福島県発明協会を主体とする「ふくしま知的財産支援センター」開設を始め、「ふくしま知的財産プラットフォーム委員会」や月1回開催の「ふくしま知的財産支援連絡会」により、意見交換や情報共有を実施している。

また、2017年度から、「開発型・提案型企業転換総合支援事業」を特許法律事務所に業務委託して開始。東北大学の教授を福島県地域産業復興・創生アドバイザーに任命し、企業訪問によって下請け企業の開発型企業化を促すとともに、開発の構想から事業化までの知財戦略を一貫して支援している。

その他、特許出願経費の助成を継続的に実施している。

(2) 各県の知財戦略

東北地域各県の知財戦略策定状況は、表2-5のとおりである。

<表 2-5 各自治体の知的財産への取組>

自治体	知的財産戦略	策定期期
青森県	青森県知的財産による新事業等の創出の推進に関する条例	2009年3月
岩手県	岩手県知的財産活用促進プラン	2019年3月
宮城県	みやぎ知的財産活用推進方策（改訂版）	2009年3月
秋田県	秋田県知的財産活動推進指針	2018年3月
山形県	第3次山形県科学技術政策大綱	2016年3月
福島県	うつくしま、ふくしま知的財産戦略	2005年2月

(出典：各県毎のホームページより)

(3) 各団体組織知的財産への取組状況

<仙台市>

市の地域連携フェローや仙台市産業振興事業団のビジネス開発ディレクター等を中心として、技術的な優位性の向上や新製品の開発などの企業への幅広いサポートを通じた、知的財産の創造に取り組んでいる。また、事業団や支援機構機関等と連携して企業の知的問題に関する相談対応を行うなど、仙台市内の中小企業に対し、知的財産に関する支援を実施している。

(4) 東北経済産業局の知的財産への取組状況

東北経済産業局では、「東北地域知財戦略推進計画 2018」の基本方針である、「意識啓発」、「人材育成」、「活用促進」に基づき活動を実施。主に「東北地域知財経営普及啓発・人材育成事業」において、地域企業の経営層を含めた様々な方に「経営戦略の中に知財戦略を位置付けることの重要性」について啓発活動を行うとともに、企業内人材の育成となる伴走型の訪問支援を行っている。

また、「TOHOKU デザイン創造・活用支援事業」では、企業の商品を募集し、商品パッケージのデザインを全国から募集して優秀賞等の作品を選定。さらに優秀賞作品は、企業と優秀賞を受賞したデザイナーが実用化することを目指すといった取組を行っている。過去の商品では、「意匠、商標の出願に繋がった」、「同じ企業の類似製品のシリーズ化（横展開）に繋がった」、「売上が向上した」、「販路が広がった」、「他のデザイン展に出展して、栄えある賞を受賞した」などの成果にも繋がっている。

「TOHOKU 地域ブランド創成支援事業」では、地域資源を持つ組合等がブランディングを進めるための支援を行い、主に「アクションプラン」の作成を実施した。2019年度からは、さらに発展的な支援にするため、PDCA サイクルを回すことを意識し、アクションプランの作成だけにとどまらず、「アクションプランの実施」、「活動内容の振り返り」、「アクションプランの修正」を行う形に移行した。

その他、知財の初心者に親しみやすく知財を理解してもらうことを目的とした「巡回特許庁」の開催、地域ブランドの活用方法を地元の学生によってビジネスプランとして提案してもらう「地域ブランド総選挙」を特許庁とともに開催した。

さらにこれらの取組を行うに当たっては、地域の知財支援の中核機関である独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）が設置する「知財総合支援窓口」や各県産業振興部局・機関を中心とした支援機関との連携を行っている。

4. 知財推進計画 2018 のレビュー

「東北地域知財戦略推進計画 2018」の本部事業活動を以下の表 2-6 に整理する。

<表 2-6 2018～2020 年度の活動（主な取組を記載）>

意識啓発	
知的財産権制度説明会（初心者向け） 主催：独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT） ※知的財産室から、各年2会場に講師を派遣	東北地域（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）の初心者を対象に、東北各県で知的財産権制度の説明会を実施。
	2018 年度 396 名が参加
	2019 年度 443 名が参加
	2020 年度 オンライン配信
知的財産権制度説明会（実務者向け） 主催：特許庁／東北経済産業局	東北地域（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）の実務者を対象に宮城県等で知的財産権制度の説明会を実施。
	2018 年度 142 名が参加 （仙台市、郡山市で開催）
	2019 年度 214 名が参加（仙台市で開催）
	2020 年度 オンライン配信
人材育成	
東北地域知財経営普及啓発・人材育成事業	域内企業の経営戦略と知的財産戦略を結びつけ、事業成果を効果的に挙げることを促進するため、中小企業の経営層に対し、知財活用基礎セミナー及び企業訪問型支援を実施。
	2018 年度 <ul style="list-style-type: none"> ・知財活用基礎セミナー（宮城県 35 名が参加） ・企業訪問型支援（宮城県 2 社）
	2019 年度 <ul style="list-style-type: none"> ・知財活用基礎セミナー（青森県 14 名、福島県 32 名が参加） ・企業訪問型支援（青森県 1 社、福島県 1 社）
	2020 年度 <ul style="list-style-type: none"> ・知財活用基礎セミナー（52 名が参加 Web 開催） ・企業訪問型支援（秋田県 1 社、山形県 1 社）
デザインローカライズプログラム研修	顧客への提案力、交渉力は、単にデザインを提供するだけでなく、昨今のデザイナーに求められている役割であるため、それらの能力を身につけるための研修会を実施。
	2018 年度 延べ 51 名が参加 （秋田市で 3 回開催）

活用促進	
TOHOKU デザイン創造・活用支援事業	デザインの創造・活用による東北地域の商材の販売促進・ブランド化の促進、デザインに対する意識啓発、制度普及等のため、デザイン展及びデザインコンペを実施。
	2018年度 ・デザイン展 8社参加 (デザイン展応募点数 387点) ・デザインコンペ 2社参加
	2019年度 ・デザイン展 8社参加 (デザイン展応募点数 349点) ・デザインコンペ 2社が参加
	2020年度 ・デザイン展 8社参加 (デザイン展応募点数 260点) ※デザインコンペは開催見送り
TOHOKU 地域ブランド創成支援事業	従来からある地域資源を積極的に活用して地域の産品・商品・サービスについてのブランド化を図るため、また、広く一般への周知を行うことにより地域資源のブランド価値の向上を図るため、地域資源を持つ団体へのブランディング支援及び大規模商談会『ビジネスマッチ東北』への出展支援を実施。
	2018年度 ・ビジネスマッチ東北出展支援 8団体 ・ブランディング支援 3団体
	2019年度 ビジネスマッチ東北出展支援 6団体 ※2019年度は、より確実にブランド化を実現するため、ブランディング構築支援を地域ブランド「展開」調査事業に改変。
TOHOKU 地域ブランド展開のためのブランディング可能性調査事業	地域資源を用いたブランディングの設計、ブランドコンセプトの作成、また、商品の開発・販売を実施することで、ブランド価値の向上に繋げる事を目的にブランディング構築支援を実施。
	2019年度～2020年度 1団体のブランディング構築支援
東北地域企業間アライアンス促進事業	中小企業の知財活用の幅を広げるため、知財の観点から親和性の高いアライアンス先の候補企業を抽出し、候補企業とのアライアンス実現に向けた支援を実施。
	2018年度 2社が参加
	2019年度 ・2社が参加 ・前年度参加の2社に対しては、フォローアップを実施
	2020年度 前年度参加の2社についてフォローアップを実施
知的資産経営等普及事業	企業の持続的な成長を促すため、知的資産経営の概念及び実践するツールの1つである「ローカルベンチマーク」の伴走型の普及啓発を実施。
	2019年度 3社・1支援機関が参加
	2020年度 プロモーション映像及びパンフレットを作成

その他		
巡回特許庁 主催：特許庁／東北経済産業局	「難しそうで敷居が高い」といった知財の“見方”を変えて、知財を“味方”にしてビジネスなどに上手く活用するきっかけを作っていただくことを目的にセミナー、何でも相談コーナー、パネル展示の複合型のイベントを実施。	
	2018年度	青森市開催 150名が参加
	2019年度	山形市開催 100名が参加
	2020年度	秋田市開催 58名が参加
地域ブランド総選挙	「地域団体商標」制度の有効活用事例を提供する場として、地域資源を持つ団体と学生がチームを作り、学生がビジネスプランを提供する、地域ブランド総選挙を実施。	
「東北地域ブランド総選挙」 主催：特許庁／東北経済産業局	2019年度	東北地域の18チームが参加
「全国地域ブランド総選挙」 主催：特許庁／各地域経済産業局等	2020年度	全国各地から15チームが参加 (東北地域からは1チームが参加)

(1) 知財推進計画 2018 の活動成果

「東北地域知財戦略推進計画 2018」の各県・支援機関を含めた活動成果を列挙すると、以下のとおりとなる。

① 「知的財産意識啓発」の実施内容及び活動成果

【情報提供】

意識啓発では、東北地域知財戦略本部のホームページ『とうほく知的財産いいねっと』やメールマガジンなどにより知財関連情報の提供を実施。これにより、制度説明会やイベントの開催情報など、知財に関するお役立ち情報の提供に寄与。

【知的財産権制度説明会（初心者向け）】

新入社員、知財担当部門への新たな配属など、知財の初心者に向けた知的財産権制度説明会（初心者向け）を東北6県それぞれの県において実施。これにより、企業等の知財研修の一端を補完。

【知的財産権制度説明会（実務者向け）】

知財担当部門の実務者に向けた知的財産権制度説明会（実務者向け）を仙台市等において実施。知的財産権制度のより具体的な仕組みや法改正に対応した内容を説明することにより、企業等の理解度の促進に寄与。

② 「知的財産人材育成」の実施内容及び活動成果

【東北地域知財経営普及啓発・人材育成事業】

企業の経営戦略と知財戦略を理解し、密接に結びつけ、マネジメントできる人材を育成することを目的に、「東北地域知財経営普及啓発・人材育成事業」を実施。本事業の実施により、全社的に知財活動を行うようになった企業や、「権利取得をゴールとしていたが権利活用に目を向けるようになった」、「同業他社の知財動向調査を定期的に実施することにした」など、経営層を含めた様々な方に知財の考え方に対する意識醸成ができた。また、積極的な社外セミナーへの参加など人材育成にも寄与。

【デザインローカライズプログラム研修】

東北経済産業局が講師派遣を担い、公益財団法人あきた企業活性化センターが集客を担当。秋田県には研修会場の提供を受け、3者で連携した取組を実施。研修受講者に対するアンケートでは、「参考になった」、「やや参考になった」が100%となり、デザイナーの知識向上に寄与。

③ 「知的財産活用促進」の実施内容及び活動成果

【TOHOKU デザイン創造・活用支援事業】

パッケージを刷新した商品が「首都圏の高級スーパーへの販路が拓けた」、「ふるさと納税の返礼品として採用された」、「ギフト需要が増えた」、「自社製品のパッケージにシリーズ化（横展開）した」等の成果が出ている。

【TOHOKU 地域ブランド創成支援事業】

1つは、大規模商談会「ビジネスマッチ東北」への出展支援を行い、もう1つは地域資源を持つ組合等に対するブランディングの支援を行った。

「ビジネスマッチ東北」出展支援では、商談成立に結びついたものがあった。ブランディングの支援では、組合のブランドポリシー策定に向けた準備を行い、組合内のロゴの統一についても議論が交わされた。また、これまで組合内での意見交換の場があまりなかったところが、本事業を通じて、組合内の意見交換の場に繋がったなどの成果が出ている。

【東北地域企業間アライアンス促進事業】

特許情報を基に「特許技術を持つ企業」と「技術課題を持つ企業」をマッチングする取組で、採択企業には、「大手企業とのパスができた」、「マッチングには結びつかなかったが、アポイント先の企業の他部署から興味を持ってもらえた」などの成果報告があった。

④ 「その他」の実施内容及び活動成果

【巡回特許庁】

主に知財に対する意識の醸成を目的に、青森県（2018年度）、山形県（2019年度）、秋田県（2020年度）において実施。開催セミナーには、それぞれ100名を定員として参加者を募集したところ、特に青森県では、定員以上の申込があり、多数の方に聴講していただくことができた。また、山形県、秋田県でも知財のイベントとしては多くの方に参加していただき、総じて多数の方に知財の「見方」を変えていただくことができた。

【地域ブランド総選挙】

地域資源を持つ組合と地元の学生がチームを組み、組合の活動をヒアリングし、ビジネスプランを提案する取組を実施。このうち「秋田由利牛」については、ビジネスプランを社会実装するため、「TOHOKU 地域ブランド展開のための可能性調査事業」に参加することとなった。

（2）知財推進計画 2018 活動期間（2018 年度～2020 年度）への意見

2020年12月に開催した、東北地域知財戦略本部ワーキンググループ（以下、「ワーキンググループ」という。）では以下の点が指摘された。

① 「知的財産意識啓発」の意見

- ・ 中小製造業にとって「知財」は重要であり、知財担当者を含めて従業員全体に知財意識を浸透させることが重要であり、課題と考える。
- ・ 経営課題や技術開発が優先され、特許出願等の知財活動の優先順位が下降傾向にあり、セミナー等により知財意識の啓発が重要と考える。
- ・ 知財意識の啓発事業が重要であると認識しており、知財意識を高めるために啓発の仕方を工夫する必要があると考える。例えば「特許等の知財により企業価値を高める」のような啓発であるとか、セミナーの表題に「知財」を付けずに「ブランディング」にする等、参加者の目線を引き付ける工夫をすることが有効と考える。
- ・ 中小企業の経営者の中には、「当社に知財は関係ない」と認識している方が少なくない現状において、「知財」を入口にするのではなく、例えば「儲けるため」「リスクを回避するため」の事業を行う上で、「知財」に結び付けていくような工夫が必要と考える。
- ・ 中小企業においては知財経営と事業戦略を連携して進めることが重要であるが、知財意識が十分ではない企業も多いため、なぜ知財が必要なのかを普及する活動を進めることが重要と考える。

② 「知的財産支援人材育成」の意見

- ・ 企業側の人材育成は重要であるが、支援機関に携わっているサポートする側の人材育成という切り口も必要と考える。
- ・ 知財人材育成においては知財経営セミナーや個別の企業訪問の取組は有望であり、他の支援機関と連携して進めて欲しい。
- ・ 大学では、URA (University Research Administrator) が学内において研究者支援、例えば知財の観点からアドバイスするケースが増えており、企業においても知財知識を持ったスタッフ、例えば知財検定合格者(知的財産管理技能士)を育成することが必要と考える。また有資格者のいる企業を優遇する制度(例えば、サポイン事業の選考指標に入れる等)を考えて欲しい。
- ・ 大学でも知財人材の育成が重要と考えており、大学発のベンチャー企業を育成する観点からも、知財の蓄積が必要と認識している。

③ 「知的財産活用促進」の意見

- ・ 知財活動の成功事例を紹介する機会を作ることが有効と考える。
- ・ TOHOKU デザイン創造活用支援事業「おいしい東北パッケージデザイン展」は、デザインの権利の重要性を認識でき、活用促進の上でとても良い事業である。多くの企業に参加してもらうため、参加企業側のメリットを含めた情報発信をもっと行っていくことが重要と考える。
- ・ 独立行政法人中小企業基盤整備機構においては、高度な技術を活用するとの視点から、「技術マッチング」を実施している。そのニーズが高まっている中で、今後は「ウェブマッチングシステム」活用を視野に入れて検討していくことも必要と考えている。
- ・ 知財の権利を取得した後の活用についてもウォッチングしていく必要があると考える。

④ 「地域資源の活用」の意見

- ・ 独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）では海外展開の支援をメインに行っており、特に農産物・民芸品について海外に展開しているブランドを守るために、自治体と連携してサポートしていくことが必要と考える。

⑤ 「支援機関の連携促進」の意見

- ・ 海外展開するためには知財の権利を取ることが重要であり、外国出願の助成事業については独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）と都道府県団体が行っている。しかし、両者ともに公募期間が上半期に限定されていること、また年度を越えた利用ができない等、非常に使い勝手が悪いと思っている。もう少し使いやすい仕組みに改善して欲しい。
- ・ 知財分野における産学連携についても何かしらの取組を行って欲しい。

5. 東北地域知財戦略推進における課題

前述の事業活動のレビュー、及び東北地域知財戦略本部ワーキンググループでの意見を踏まえた活動目的のフレームから、東北地域での知財活動の促進のため、以下の目標を掲げ、活動を行っていくことが重要であるといえる。

【目標】

- ① 企業戦略・経営戦略・課題と密接に結びついた標準化・知財戦略の構築支援
- ② 知的財産権を有効的に活用することによる、企業競争力の向上
- ③ 知的財産権に関する意識啓発、また、支援機関、企業内における知財人材の育成の推進
- ④ ターゲットを意識した中小企業の支援の充実
- ⑤ 地域の特色を捉えた KPI の実施

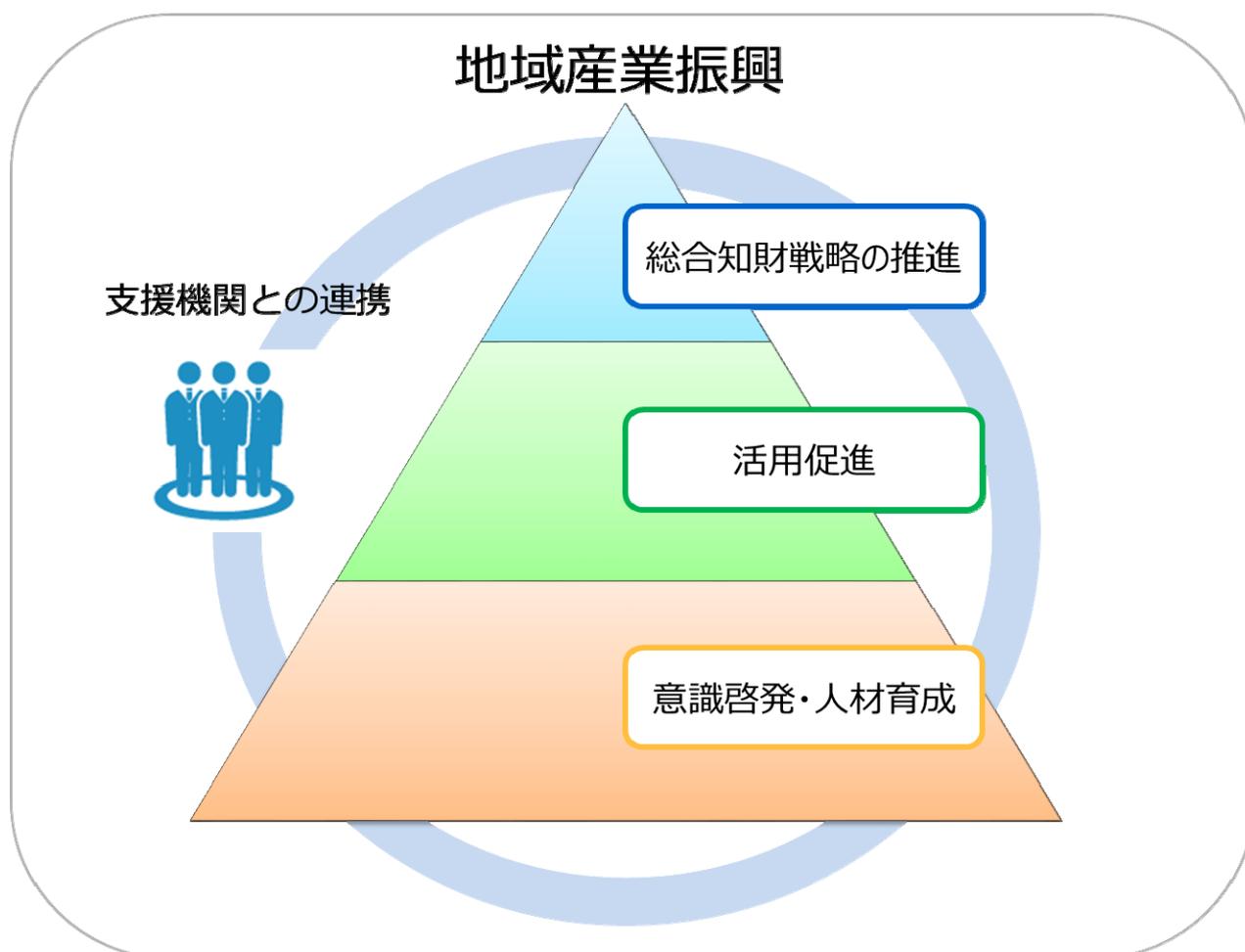
第3章 東北地域知財戦略推進計画の基本方針と具体的施策

1. 基本方針

「東北地域知財戦略推進計画 2018」の成果と課題、東北地域知財戦略本部ワーキンググループでの意見、及び第2次地域知財活性化行動計画を踏まえ、これまで行ってきた活動を基本としつつ、一歩進んだ取組を取り入れた「東北地域知財戦略推進計画[2021年度～2024年度]」の3つの基本方針を次のように定義する。

- I. 総合知財戦略の策定推進
- II. 知的財産活用促進
- III. 知的財産意識啓発・知的財産人材育成

「東北地域知財戦略推進計画 [2021年度～2024年度]」は、3つの基本方針を基に、東北地域の自治体、商工会・商工会議所、中小企業支援機関、金融機関等、地域の支援機関等との連携を図りながら「知的財産による地域産業振興」を目指すものとし、その概念図は図3-1に示すとおりである。



<図 3-1 東北地域知財戦略本部基本方針図>

2. 施策（個別）方針

3つの基本方針に基づき、個別の施策方針を表3-1に示すように定義する。

＜表 3-1 東北地域知財戦略推進計画個別施策方針＞

施策方針	総合知財戦略	・標準化戦略・知財戦略を合わせた総合知財戦略の浸透
		・地域未来牽引企業・サポイン採択企業の知財レベルの向上
	活用促進	・オープン・クローズ戦略を含めた知的財産権の活用促進
		・地域資源のブランド化促進
	意識啓発・人材育成	・知的財産権制度及び標準化制度の普及・啓発
		・経営戦略と総合知財戦略を認識しマネジメントできる人材の育成
	その他	・海外展開のための外国出願支援・冒認商標対策・模倣品対策支援
		・知財総合支援窓口を中核とした知財総合支援の実施

3. 具体的施策

(1) 総合知財戦略

① 標準化戦略・知財戦略を合わせた総合知財戦略の浸透

企業の利益を最大化するためには、競争力優位の状態をどれだけ長く維持することができるかの戦略が必要となる。そのためには、オープン（ライセンス、パテントプール、無償実施など）戦略やクローズ（秘匿化、知財独占実施）戦略を意識し、オープン領域とクローズ領域を特定し、標準化と知財を組み合わせたオープン・クローズ戦略が必要となる。

これまでは、企業において製品の企画・製品開発・販売を行う際には、それぞれのタイミングにおいて、先行技術調査・ネーミング・パッケージ・権利の取得・ノウハウ管理などの知財戦略の構築が必要であるとして、普及・啓発を行ってきた。知財戦略の重要性もさることながら、例えば市場が未成熟な状態の時に市場規模を拡大したい場合や、一定の品質基準を保ちたい場合には、標準化をすることによりこれらの課題を解決できることもある。

このため、標準化戦略・知財戦略を合わせた総合知財戦略の重要性を企業の経営者層が認識し、選択肢を持つことが重要である。この標準化戦略・知財戦略の総合的な戦略を普及し、標準化の仕組みを理解してもらうため、セミナーの実施や中小企業への訪問などの対話を行っていく。

② 地域未来牽引企業・サポイン採択企業の知財レベルの向上

地域未来牽引企業は、地域の中核企業として周囲の企業を牽引することが期待されている。また、サポイン採択企業は、新技術の開発を行っている企業である。これらの企業の知財レベルは、「知的財産権制度を認識していない」、「権利の取得にとどまる」、「権利活用はしているが社内に知財戦略を持っていない」、「知財戦略の構築までを行って

る」と様々である。知財レベルが未熟な企業には、知財レベルを引き上げ、最終的には知財戦略まで構築してもらうことが重要である。このため、企業訪問を通じて、知財レベルの確認を行い、企業の状況に応じたアドバイス等を行うための知財面におけるハンズオン支援の取組を実施する。

(2) 活用促進

① オープン・クローズ戦略を含めた知的財産権の活用促進

前述のように、企業の利益を最大化するためには、競争力優位の状態をどれだけ長く維持することができるかの戦略が必要となる。このため、標準化、特許化、秘匿化のメリット、デメリットやこれらをミックスした事例を紹介するセミナーを開催することにより、企業によるオープン・クローズ戦略を推進することで、知的財産権等の活用促進を図る。

また、TOHOKU デザイン創造・活用支援事業「おいしい東北パッケージデザイン展」においては、企業の持つ魅力的な商品にパッケージによるデザイン力を加えることにより、商品の魅力が視覚を通じて伝わる取組を実施。過去の取組においては、売上の向上、デザイン意識の向上、他のデザイン展での受賞、産業財産権（意匠権、商標権）の取得等に繋がった成果が出ている。

特許等の産業財産権は、技術の保護やライセンス等の目的を持って出願し、権利を取得した後にその権利を活用することが重要である。このため、「おいしい東北パッケージデザイン展」のような成功体験を提供する取組を実施するとともに、東北地域知財経営普及啓発人材育成事業のような、企業への訪問支援を通じ、知的財産権の活用手段等について周知を図る。

また、東北地域の特徴としては、大学の権利保有数が多いことが特徴となっている。このため、大学との連携による知財の意識啓発を始め、人材育成、活用促進に関する取組についても推進していく。

② 地域資源のブランド化促進

東北地域には、地域の特産品等、確かな品質を備えた多くの地域資源が存在するものの、地域資源を効果的にブランド化することができていない場合も多く見受けられる。東北地域、ひいては全国的な知名度を高めることは、生産者のモチベーションの向上、ブランド効果による地域の活性化のような効果も期待できる。

このため、地域団体商標を含めた商標権の活用支援や地域ブランドを展開するためのブランディング支援を行うことで、地域資源のブランド化促進を図る取組を行う。

地域ブランドを展開するためのブランディング支援では、地域のブランディングを意識したブランドコンセプトの設計支援や地域製品の販売・開発支援を通じて、知的財産マインドを持った地域ブランド人材の育成を行うとともに、知的財産権の権利取得と知的財産を活用した成功体験を得ることにより、地域ブランド展開モデルを創出する。

(3) 意識啓発・人材育成

① 知的財産権制度及び標準化制度の普及・啓発

知的財産権制度の普及・啓発は、これまでも行ってきているところではあるが、まだまだビジネスや経営における知的財産の重要性に気付いていない企業も存在している。

このため、引き続き制度の普及・啓発を行っていく必要がある。中小企業等においては、経営的な観点から事業の優位性を確保するため、戦略的に知的財産を位置付けることが重要であり、中小企業等の経営者層や担当者に対して、知財マネジメントの重要性を認識してもらうための、知財意識の啓発を推進する。また、知的財産権制度に加えて、標準化制度についても普及・啓発を図ることは、オープン・クローズ戦略を構築する上で重要となる。

特に知的財産権制度や標準化制度の普及・啓発を目的としたセミナーやイベントを各地で開催するに当たっては、知財レベルの底上げを図ることを重視し、開催地の自治体、商工会・商工会議所、中小企業支援機関、金融機関等、地域の支援機関との連携を図りながら、セミナー等の周知を実施する。

具体的には、特許庁や独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）が行う知的財産権制度説明会（初心者向け、実務者向け）や、自治体、中小企業支援機関が行う知財に関するセミナー、e-ラーニングについて企業等に情報発信を行うとともに、企業訪問を通じて知的財産権制度や標準化制度について普及・啓発を実施する。

② 経営戦略と総合知財戦略を認識しマネジメントできる人材の育成

企業経営者は経営戦略が重要であることは認識しているが、企業活動の中で必要となる標準化戦略及び知財戦略と、経営戦略の結びつきが重要であることについては、あまり認識していないように見受けられる。このため、中小企業等における経営戦略を強化するためには、経営戦略と標準化戦略及び知財戦略を結びつけ、マネジメントできる経営者層及び支援人材を育成していく必要がある。

2020年12月に開催した、東北地域知財戦略本部ワーキンググループにおいて、「従業員全体に知財意識を浸透させることが重要」、「中小企業経営者に対し、【儲けるため】【リスクを回避するため】など、事業上で知財に結びつける工夫が必要」、「中小企業において、なぜ知財が必要なのかを普及する活動を進めることが重要」などといった意見をいただいた。これまで行ってきた「東北地域知財経営普及啓発人材育成事業（知財活用基礎セミナー）」は、東北地域における中小企業及び中小企業支援機関等関係者に対する知財経営に関する意識啓発、企業で実際に知財経営を実践できる人材の育成を支援する取組であったため、引き続き本事業のような気付きを提供する。また、同事業で行っている企業訪問型支援のように、企業に訪問して「知財経営セミナー」を開催するとともに、企業の経営戦略における標準化や知財面での課題を解決するような取組を実施する。

これらの活動を提供することで、標準化や知財活動、知財経営の実践定着に向けた活動を実施することができる人材の育成を行う。

（４） その他

① 海外展開のための外国出願支援・冒認商標対策・模倣品対策支援

現在日本国内は、高齢化や人口減少により国内市場の縮小が予想される。このため、より大きな市場を求めることが必要であり、グローバルな視点によって海外市場を獲得することも必要となる。大きな市場を獲得することで、我が国企業の成長を見込むことができる。

中小企業等が海外市場で自社商品・サービスの事業を展開する際には、特許等知的財産の権利は、ビジネス上における重要な役割を担っており、権利化を図ることが重要である。そのため、海外進出・事業展開する中小企業等に対して、外国出願費用を助成する支援を行うとともに、海外で模倣品被害を受けている中小企業等に対して海外侵害調

査・警告状の作成・行政摘発等の模倣品対策にかかる費用を助成する支援を行う。また、海外において自社ブランドの商標を冒認出願された中小企業等に対し、異議申立・無効審判請求・取消審判請求等の冒認商標対策にかかる費用を助成する支援を行う。

これらについては、独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）や各県中小企業支援センターが支援メニューを用意しているため、企業への支援メニューの案内や支援機関への助成対象となりうる企業の紹介など、有効活用してもらうための側面支援を実施する。

② 知財総合支援窓口を中核とした知財総合支援の実施

地域の知財に関する課題や悩みを受け止めて解決するため、地域の知財支援の中核機関となっている「INPIT 知財総合支援窓口」を一元的な窓口として、知財に関する総合的な支援を実施していく必要がある。

各県に設置された「INPIT 知財総合支援窓口」と自治体、商工会・商工会議所、中小企業支援機関、金融機関等、地域の支援機関等と連携を図りながら、中小企業等が持つ経営課題や知的財産に関する課題等を解決するための総合的な支援を行う。