東北地域知財戦略推進計画

［2025年度～2028年度］

2025年3月

東北地域知財戦略本部

目次

1. 東北地域知財戦略本部の設立背景及び東北地域知財戦略推進計画の沿革 …ページ 2
2. 政府における知財施策の動向 …ページ 2～5
   （1）知的財産推進計画2024
   （2）第３次地域知財活性化行動計画
   （3）知財経営支援ネットワーク構築への共同宣言
3. 東北地域知財戦略推進計画[2021年度～2024年度]の取組状況 …ページ 6～11
4. 東北地域知財戦略推進計画策定に向けた検討 …ページ 12～22
   （1）検討委員会の設置・委員会の開催
   （2）公開情報調査
   （3）中小企業等ヒアリング
   （4）有識者ヒアリング
   （5）東北地域知財戦略本部会議意見の振り返り
   （6）東北地域における知財関連課題
5. 東北地域知財戦略推進計画の基本方針と施策方針 …ページ 22～23
   （1）基本方針
   （2）施策方針

参考資料：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 24～25
2. 知的財産を取り巻く状況 …ページ 26～30
3. 各県における知的財産への取組 …ページ 30～32

1.東北地域知財戦略本部の設立背景及び東北地域知財戦略推進計画の沿革

2003年3月に政府に設置された「知的財産戦略本部」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」の設置を提言した。

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を設置した。

東北地域知財戦略本部では、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）、第3期（2010年4月～2018年3月）、第4期（2018年4月～2021年3月）、第5期（2021年4月～2025年3月）と活動を行ってきた。

【第1期～第4期における計画の柱】

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。

また、第5期においては、上記の柱に「総合知財戦略の策定推進」も加え、「知的財産活用促進」、「知的財産意識啓発・知的財産人材育成」の３つの基本方針を定義した。

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」を目指し活動を行った。

2. 政府における知財施策の動向

（1）知的財産推進計画2024

知的財産戦略本部が作成した『知的財産推進計画2024』では、我が国がイノベーション創出を牽引するために、国内のイノベーション投資の促進、知財・無形資産への投資による価値創造、技術流出の防止、標準の戦略的活用の推進、産学連携による社会実装の促進など、知的財産の創造、保護及び活用施策全般にわたり施策の見直しが必要ではないかという問題意識の下、今一度、「知的創造サイクル」という原点に立ち戻り、このサイクルを支える高度知財人材の戦略的な育成・活用という「人材」の視点も入れ、検討を進め、「知的財産の創造」、「知的財産の保護」、「知的財産の活用」、「高度知財人材の戦略的な育成・活躍」の視点ごとに整理されている。

また、「新たなクールジャパン戦略」の概要を軸に、海外へのビジネス展開、デジタル・ビジネスへの対応等を内容とするコンテンツ戦略のほか、インバウンド誘致、農林水産物・食品の輸出、地域の魅力発信等の横断的な取り組みが整理され、重点施策を以下のように掲げている。

【知財戦略の重点施策】

1．知的財産の創造

（1）国内のイノベーション投資の促進

（2）知財・無形資産への投資による価値創造

（3）AIと知的財産権

2. 知的財産の保護

（1）技術流出の防止

（2）海賊版・模倣品対策の強化

（3）産業財産権制度・運用の強化

（4）知財紛争解決に向けたインフラ整備

3. 知的財産の活用

（1）産学連携による社会実装の推進

（2）標準の戦略的活用の推進

（3）デジタルアーカイブ社会の実現とデータ流通・利活用環境の整備

（4）中小企業／地方（地域）／農林水産業分野の知財活用強化

4. 高度知財人材の戦略的な育成・活躍

（1）研究開発における人材育成・流動化

（2）コンテンツ開発や利活用における人材育成

（3）知財活用を支える人材基盤の強化

5. 新たなクールジャパン戦略・コンテンツ戦略

（1）新たなクールジャパン戦略

（2）デジタル時代のコンテンツ戦略

これら施策の確実な実行により、知的財産を戦略的に創造、保護及び活用する活力ある経済社会を実現するとともに、日本ファンの外国人を増やし、日本のソフトパワーを強化していくとしている。

（2）第3次地域知財活性化行動計画

特許庁では、2023年5月に策定した第3次地域知財活性化行動計画〔2024年6月改訂〕（以下、「行動計画」という。）を公表した。行動計画の中では、以下のとおり第2次地域知財活性化行動計画策定後の現状及び課題が抽出され、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ている。

【第2次地域知財活性化行動計画策定後の現状及び課題】

①ハンズオン支援の効果向上と周知の必要性

ハンズオン支援を受けた企業の満足度は高い一方で、支援の認知がまだ十分とはいえない。ハンズオン支援の効果をさらに高め、支援から得られた知財の活用方法等を モデル的な事例として周知を図り、中小企業の知財活用の底上げにつなげていく。

②自社固有の経営資源を持つ企業や変革期にある企業の発掘

自社固有の経営資源を適切に認識することは難しく、外部の意見を取り入れていくことが重要。自社固有の経営資源を持つ企業や変革期にある企業を発掘し、経営課題の解決に向けて、知財課題に取り組むことの重要性を周知し、それぞれの状況に応じた支援の実践強化につなげていくことが必要。

③支援者側の課題認識のアップデート

中小企業における知財の課題は変化が見られる。課題の変化に応じ、支援者側の課題認識もアップデートし、支援者主体の定型的な支援でなく、企業の考えに寄り添った支援を実施する必要がある。

④地域における知財に関する取組の継続・発展

地域 KPI の設定 により、地域で知財に対する取組が強化され、取組の継続性が複数年担保された。引き続き、各自治体で地域KPI の設定から達成のための施策の実行・フォローアップまで一貫した支援ができるよう、中央と地域の連携体制を構築していく必要がある。

⑤中央の施策と地域の取組の有機的な連携

地域 KPI の達成により 産業振興ビジョンへの波及効果を感じた自治体が多く、地域における知財活用を通じた企業活動の活性化につながった。自治体からは、自治体の施策へ特許庁や独立行政法人工業所有権情報・研修館（以下、「INPIT」という。）の協力を期待する声もあり、各取組の有機的な連携が求められる。

⑥関係機関との連携の強化

中小企業支援施策を活用している企業の多くは、知財に対する課題を抱えている。関係機関の支援施策との連携をより強固にするとともに、複数の関係機関によるネットワークを強化し、特許庁やINPITと接点が少ない企業にも、関係機関からの紹介等をきっかけに支援につなげていくことも必要。

【３つの基本方針】

基本方針1：ターゲットを意識した支援の実践強化と地域における価値創造の促進

- ■自治体等が支援している地域の中核となる企業や変革期にある中小企業をターゲットに、それぞれの状況に応じた知財経営の実践を支援することで、中小企業の経営資源の掘り起こしや活用を通じた、地域における価値創造に寄与する。
- ■中小企業に対し、知財経営の実践への支援から得られた効果的な知財の活用方法等を、INPITをはじめとした関係機関と連携して、モデル的な成功事例として周知することにより、企業の知財活用の底上げとともに、支援の在り方もアップデートを図っていく。

基本方針2：中央と地域における中小企業に対する知財支援のシナジーの創出

- ■局・自治体・地域の関係機関の連携及びネットワークの強化を図り、知財を中心とした企業支援の広がりと深化を加速させていく。
- ■関係機関の支援施策の相互利用やシームレスな利用を推進し、企業の経営課題に合わせた支援を実施することで、施策効果の向上を図る。

基本方針3：KPI （重要成果指標・アウトプット）の設定・共有と 支援施策への活用

- ■中央では、中央KPIを設定・推進するとともに、知財活用アクションプランによる具体的な取組を推進。

■中央 KPIとして設定する中小企業等への支援では、関係機関との連携による支援実施に加え、支援後の結果分析まで実施し、分析結果を地域へフィードバックすることで、取組の地域への浸透を図る。
■地域では、自治体の産業振興ビジョン等を踏まえた地域KPI を設定・推進。
■各関係主体がPDCA サイクルを回しながら検証を行い、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。

また、本計画の推進体制として、各経済産業局等知的財産室は、各地域における中小企業支援施策が効果を上げるよう、自治体、局内他部署、INPIT 知財総合支援窓口及び他の支援機関との連携をより強固にし、地域の課題の解決を目指すとされている。（出典：特許庁「第3次地域知財活性化行動計画」より）

（3）知財経営支援ネットワーク構築への共同宣言

中小企業・スタートアップでは、大企業に比して保有する経営資源が少ないため、技術やノウハウ、アイデア、さらにはデザイン、ブランドといった知的財産は重要な経営資源であり、知的財産を強みとしていかした経営（知財経営）への「気づき」と「支援強化」が必要である。

知財経営支援のコアである特許庁、INPIT、日本弁理士会と、日本商工会議所による「知財経営支援ネットワーク」を構築するために、2023年3月24日に4者で共同宣言を行った。更に、近年問題視されている事業間の知的財産に係る不適切な取引に対処するための支援体制を強化すべく、2024年12月4日に「知財経営支援ネットワーク」へ新たに中小企業庁が加わった。

今後、「知財経営支援ネットワーク」を通じて、地域の中小企業・スタートアップへの知財経営支援を強化・充実化し、地域の「稼ぐ力」の向上に取り組むこととした。

【知財経営支援ネットワークの4つの柱】

Ⅰ．地域ニーズに即した、地域ブロック毎の知財経営支援体制の構築(地域知財経営支援ネットワーク)
日本弁理士会(地域会)、INPIT、経済産業局・特許庁が形成する「知財経営支援のコア」が各地商工会議所等と「地域知財経営支援ネットワーク」を構築し、ワンストップの支援サービスを提供する。

Ⅱ．全国一律で高品質な知財経営支援サービスの提供（ワンストップ支援窓口）
日本弁理士会（地域会）、INPIT、経済産業局・特許庁は、全国的に同水準の高品質な支援を提供できる「ワンストップ支援窓口」を構築する。

Ⅲ．大学をはじめ産学官連携による事業化への支援強化
「地域知財経営支援ネットワーク」は、地域ニーズをひろい上げ、大学の知財エコシステムや産学官連携による地域のシーズの事業化に向けた知財経営を支援する。

Ⅳ．企業内で活躍する知財経営人材、支援人材の育成強化
「知財経営支援のコア」は、中小企業・スタートアップ等を支える知財経営人材育成に資するコンテンツ提供、セミナー等を開催する。

３．東北地域知財戦略推進計画[2021年度～2024年度]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［2021年度～2024年度］」の基本方針である、①総合知財戦略の策定推進、②知的財産活用促進、③知的財産意識啓発・知的財産人材育成に基づき以下の事業を実施した。

また、事業推進にあたっては、地域の知財支援の中核機関であるINPITが設置する「INPIT知財総合支援窓口」や各県産業振興関連部署・機関、地域金融機関等を中心とした支援機関との連携を行っている。

【2021年度～2024年度実施事業の内容レビュー】

①総合知財戦略の策定推進

■知的資産経営等普及事業（2021年度～2024年度）　総合知財戦略の推進

【概要】
地域経済の新陳代謝を活性化するため、家業を持つアトツギが行う新規事業・事業承継を強化する必要がある。また、イノベーションの担い手としては、アトツギだけでなく、IPO等の高い成長を目指すスタートアップ支援も不可欠である。アトツギやスタートアップを対象に、自社のありたい姿を思い描き、それを実現するための経営戦略や事業戦略を組み立てることができるよう、知的資産経営の実践機会を提供する。
【成果】
・異業種企業とのワークショップにより、今まで「当たり前だった」知的資産を認識する機会となり、効果的な活用方策の検討の一助に貢献
・専門家との丁寧な対話を通じて、スタートアップ企業自らじっくりと自社の強み・課題を振り返ることができ、知財戦略策定等の必要性を再認識
・多様な価値デザイン手法を実践した企業ニーズに応じて、知財ハンズオン支援等につなげるとともに、継続して地域企業の効果的な支援ツール活用の方策を検討
・「知的資産WEEK」関連イベントにおいて、事業成果を広く周知
【支援実績】2021年度：専門家派遣5社、セミナー・ワークショップ累計参加者120名
2022年度：ハンズオン支援2社、セミナー・ワークショップ累計参加者96名
2023年度：ワークショップ累計参加者38名

■知財戦略ハンズオン支援事業（2022年度～2024年度）　総合知財戦略の推進

【概要】
中小企業やスタートアップが有する強み（技術ノウハウやデータなどの知的財産）の戦略的な権利取得・活用を促すため、専門家チームを派遣。東北企業の競争力強化に繋げる。
【成果】
・自社の強みの再認識や新たな分野への事業展開に向けた準備（知財を活用した情報収集等）の気づきの機会を提供。
・企業の知財活動の活性化に貢献、また成果報告会を開催し、支援成果の横展開を図った。
・地域未来牽引企業、サポイン採択企業等を対象に、知財に関する課題の聞き取り、課題解決に向けたアドバイスを提供する伴走型支援（アクションプランの提示等）を実施。
・支援後にINPIT支援（IPランドスケープ事業）への応募につながる等、企業の知財活動の活性化の一助に。
【支援実績】2022年度：10社、2023年度：5社、2024年度：5社

■東北地域のスタートアップにおけるエコシステム形成に係る基礎調査事業（2024年度）　**総合知財戦略の推進**

【概要】
東北地域では、大学等の研究・技術シーズを活かしたテック系のスタートアップが注目されているが、近年は、技術シーズに依存しない非テック系のスタートアップも輩出されている。企業の研究開発拠点が限定的な地方では、大学が知的財産を生む主要な機関であることに鑑み、その効果的な活用が期待される。このため、地方でスタートアップが発芽・輩出する環境について、知的財産の保有・活用の状況も含めて、定量的に調査を行う。

【成果・まとめ】
東北地域の中小企業やスタートアップ企業等においては、自社の在りたい姿を描き、それを実現するための経営戦略や事業戦略を組み立てるための知財経営に関する知識が不足していた。

そこで、知財を広義の意味で捉えた知的資産 （図１）への理解を深めるとともに、知的資産を意識する機会となる各種セミナーやワークショップを開催。その結果、自社の強みの再認識や新たな分野への事業展開に向けた気づきの機会を提供するとともに、企業が抱えるビジネス面の課題を知財面でサポートする形での助言を行うことで、総合知財戦略の策定推進の一助となった。

＜図１　知的財産権、知的財産、知的資産、無形資産の分類イメージ図＞

（引用元）経済産業省HP：https://www.meti.go.jp/policy/intellectual_assets/teigi.html

②知的財産活用促進

■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（2021年度）　知財の活用促進

【概要】
地域全体のブランディングを意識したアクションプランの設計支援や地域産品の販売・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。そして、管内他地域に波及させることで将来的な相乗効果を狙い、東北管内全体の経済活性化に寄与することを目的とする。
【成果】
・ブランドコンセプトを明確化することで販路拡大につながったほか、本事業のプロセス自体が新たなブランドストーリーをなし、複数のステークホルダーが一致団結して取り組む経験と機運を醸成する等、人材育成にもつながった。
【支援実績】対象団体：1団体

■TOHOKUデザイン創造・活用支援事業（2021年度・2022年度）　知財の活用促進

【概要】
デザインに対する意識啓発、制度普及を図るとともに、商材の形状やパッケージ等におけるデザインの創造・活用による販売促進、ブランド化の促進を目的に、パッケージデザイン展とデザインコンペを実施。あわせて、デザインフォーラムの開催や、実用化・商品化及び必要な契約締結に向けた支援を実施。
【成果】
・今後の商品販売に向け事前に整理すべき事項（支援プロセス等）、知財活用の可能性を検討・実践する機会を提供。
・参加企業のPRに活用できるように、各企業の成果発表をアーカイブ配信。
・支援後も各企業とも、ブラッシュアップに取り組んでおり、テスト販売を行った商品もあり。
【実績】2021年度：おいしい東北パッケージデザイン展2021　支援企業・団体：8者、累計参加者141名
2022年度：デザイン対象商品応募企業：5社（企業とデザイナーをマッチング・実用化支援）

■TOHOKU CRAFTの需要開拓に向けた意匠開発及び知財普及事業（2022年度）　知財の活用促進

【概要】
TOHOKU CRAFT産地において自由な発想をもつ若い世代による新たなアイデアを取り入れた商品開発や、当該商品等の知財を活用したブランドの構築に向け、知財セミナーや産地と学生のグループによる商品開発ワークショップを開催するとともに、当該事業の成果を伝統工芸品等に携わる団体や企業等が集まるイベント等で発表する。
これにより、工芸品及び知的財産の創造から保護・活用を図る課題解決型の機会を設けることで、事業創造活動の活性化に貢献することを目的とする。
【成果】
・参加企業に対し、学生による新たな視点からの自己製品の見直し、知財専門家との接点を持つ機会を提供。
・学生は、知財専門家の協力を得て、企画商品のブランド名（ロゴ）の商標に類似登録がないことを確認。知財に関する意識の喚起につなげるとともに、意匠権の権利化も実現した。
【実績】TOHOKU CRAFT 学生コラボプロジェクト　参画団体・大学：6団体、7大学　発表会参加者：57名

■電動化・CASE対応における高付加価値・高機能部材の製造に係る中小サプライヤーへの知財普及事業（2022年度・2023年度）

知財の活用促進

【概要】
今後より要求が高まると見込まれる、加飾技術等高付加価値なものづくり技術の高度化を中心にセミナー等を実施するとともに、知財戦略策定に向けた個別支援を行うことで、自動車サプライヤーの自動車部品製造における知財活動の活性化を図る。
【成果】
・加飾技術等高付加価値技術に関する情報提供・個別指導を実施し、東北管内の自動車関連企業の技術的な課題解決に向けた支援を行うとともに、高付加価値技術に精通する講師や公設試、管内企業間のネットワークを構築。
・支援企業が知財戦略を策定できるように今後活用可能なアクションプランを作成。
・次年度以降も継続的な支援ができるよう知財総合支援窓口とも連携。
・セミナー参加者へのアンケート結果から知的財産の活用を検討している企業を抽出しヒアリングを実施（計4社）。うち、意欲の高い企業について、課題や方向性を提示するとともに次年度での具体的な知財戦略の活用等につなげた。
【支援実績】2022年度：個別指導1社、セミナー参加者累計125名
2023年度：専門家派遣1社、セミナー参加者19名

■東北地域知財活用促進事業（2023年度）

知財の活用促進

【概要】
中小企業等の経営者層や知財担当者に対し、社会情勢において着目されている分野における知財活用方法を伝えるセミナーを開催すると共に、知財活用の事業におけるメリットを伝える「知財活用事例集」を作成することにより、東北地域における知財の裾野拡大、意識啓発の促進を目的とする。
【成果】
・特定分野（カーボンニュートラル）の知財活用セミナーを開催したことで、これまでリーチできていなかった企業、分野への知財意識の喚起につながった。
・知財活動の好事例の紹介を通じて、地域企業の知財活動に係る取組を促進した。
【実績】セミナー参加者：95名、事例集掲載企業：9社

■TOHOKUブランド確立促進支援事業（2023年度・2024年度）

知財の活用促進

【概要】
東北における地域ブランド化の取組を促すとともに、地域団体商標取得団体へのフォローアップ調査を実施。
【成果】
・商品の高付加価値化における課題・ニーズに合わせた支援や、地域ブランドに必要となる地域循環システムの構築に向けた地域資源の棚卸、体制づくりを支援。
・支援終了後も、各企業、団体とも、ロードマップに沿った取り組み（商標出願等）を実施中。
【支援実績】2023年度：6社、2024年度：2社

■三陸・常磐地域における魚種変化に対応した水産加工品の商品化及び商標権等ブランド化可能性調査事業（2024年度）　知財の活用促進

【概要】
水産加工業者が魚種変化に対応し商品化・ブランド化等を進めるために解決すべき加工設備や人手確保、販路開拓等の各種課題と解決方法等について整理・分析すること、当該結果を水産加工事業者や支援機関等に広く周知することを目的とする。

【成果・まとめ】
東北地域の中小企業等においては、地域活性化や企業の知名度・価値向上のために、商標等を利用したブランド構築への意識啓発や実践のための知識習得が課題であった。

そこで、支援対象に会わせた各種知財セミナーを実施するとともに、専門家や学生等の複数のステークホルダーと一緒に企業のブランディングや地域ブランド構築に取り組んだ。その結果、ブランドやデザイン等を切り口に商標等も活用しながら、企業や地域のブランドを強化し、知財活用への機運の醸成を図るとともに、地域企業の知財活動への取組を促進することができた。

③知的財産意識啓発・知的財産人材育成

■東北地域知財経営普及啓発・人材育成事業（2021年度・2022年度）　意識啓発・人材育成

【概要】
東北管内における中小企業及び各種機関関係者に対する知財経営に関する意識啓発、企業における知財人材の育成を図ることを目的に、知財経営セミナーを開催するとともに、支援人材チームの派遣による個別企業の経営上の知財に関する課題解決の支援を実施。

【成果】
・知財活用の多面的な効果、規模が異なる企業の支援後の知財活動の好事例の紹介を通じて、地域企業の知財活動にかかる取組を促進。
・個別セミナー等の開催により、金融機関の企業支援における知財活用の関心の高まりを確認。
【実績】2021年度：基礎セミナー参加者99名、個別セミナー対象企業：2社、訪問支援：2社、
フォローアップ支援：2社
2022年度：基礎セミナー参加者80名、個別セミナー対象期間：2機関、フォローアップ支援：2社

■東北地域知財ネットワーク強化事業（2023年度）　意識啓発・人材育成

【概要】
推進計画に基づき連携を図る地域の支援機関等として、地域の中小企業と日常的な接点を有している金融機関（地方銀行及び信用金庫・信用組合等）との連携強化を図ることを目的に、金融機関を対象とした知財セミナーの開催並びに、金融機関における知財支援の取組状況等を調査する知財支援取組・意識調査及び金融機関が他の支援機関等と連携した知財支援に取り組むための連携支援促進パンフレットの作成を行う。

【成果】
・セミナー開催後のアンケートでは、知財活用の必要性を感じた者が100%になる等、知財の気づきの機会を創出。
・パンフレットに掲載する先進取組事例選定時は、窓口から知財に関する連携協定等を結ぶ金融機関を紹介いた

だき、局、窓口、金融機関との連携強化につながった。
【実績】セミナー参加者：44名　連携支援促進パンフレット掲載事例：6機関

■東北地域知財普及啓発・ネットワーク強化事業（2024年度）　意識啓発・人材育成

【概要】
日本商工会議所との4者による共同宣言に伴う知財支援ネットワーク強化のために、関係機関及び企業等に向けたセミナー等を行うと共に、関係機関と連携の上、知財活用のメリットを伝える知財活用事例集を作成することにより、東北地域における知財の裾野拡大、意識啓発を図る。

■東北地域における半導体関連産業に対する知財活用強化事業（2024年度）　意識啓発・人材育成

【概要】
競争力のある半導体関連企業の創出や、企業等の知財に関する理解促進を目的として、①半導体×知財セミナー、②半導体設計ワークショップを開催する。

【成果・まとめ】
東北地域の中小企業の中には、大手企業等から仕事を請負うケースも多いことから、「知財は自社に関係ない」、「単独で権利化ができない」等の意識が強い企業が少なくない。また、知財を狭義に捉え、経営に密接に連動する知財は特許等の権利化と考える支援機関が少なくない課題があった。
そこで、知財を幅広く広義に捉え、知財が経営や事業活動に密接に連動していることへの気づきを与えるためのセミナーやワークショップを継続的に開催することで知財に対する意識啓発を実施。その結果、中小企業や支援機関等において、知財の重要性・必要性への気づきを与えるとともに、知財人材育成・知財意識喚起につながった。

④その他

■東北地域知財戦略推進計画策定調査事業（2024年度）　その他

【概要】
現行の東北地域知財戦略推進計画の改定に向け、東北地域知財戦略推進計画策定委員会（仮称）を設置し、東北地域 (青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）における中小企業等の知財活用について個別の状況を把握するため、公開情報及びヒアリング調査を実施し、委員会での検討を踏まえ、次期東北地域知財戦略推進計画案を策定する。

４．東北地域知財戦略推進計画策定に向けた検討

本計画の策定にあたり、公開情報の調査・整理、企業等・有識者へのヒアリング、過年度東北地域知財戦略本部会議での意見を参考にするとともに検討委員会を設置し、3回の検討委員会を通じて検討を行った。

（１）検討委員会の設置・委員会の開催

公開情報調査結果、ヒアリング調査結果をもとに、東北地域におけるスタートアップや中小企業に求められる支援内容や支援における課題等について協議し、助言を得る目的で、有識者 5名による委員会を設置した。

検討委員会の委員氏名及び所属等、委員会実施日は以下の通りである。

委員氏名（敬称略）	所属・役職等
西村　直史　※委員長	国立大学法人 東北大学　産学連携機構　知的財産部長
土生　哲也	株式会社IP ディレクション　代表取締役/弁理士
佐藤　健智	一般社団法人東北経済連合会　事業支援グループ長 東経連ビジネスセンター　副センター長
上野　大輔	日本弁理士会　東北会　会長　弁護士/弁理士
浅沼　宏一	株式会社浅沼醤油店　代表取締役

（事務局）　東北経済産業局　地域経済部　産業技術革新課　知的財産室
デロイト トーマツ弁理士法人

【委員会開催日】

第1回：令和6年　9月27日（金）14:00～16:00　仙都会館（仙台市）

第2回：令和6年 12月17日（火）～26日（木）　書面開催

第3回：令和7年　1月10日（金）14:00～16:00　仙都会館（仙台市）

【検討委員会における議論】

検討委員会では、「東北地域知財戦略推進計画［2021年度 ～ 2024年度］」に基づき実施している事業内容・実施結果等を踏まえ、東北地域における知財人材像、これを作り上げるために必要な支援内容等を主題として議論を行った。ヒアリング結果や他地域における中小企業等の知財活動状況等に関する知見から、企業等における継続した人材育成の必要性、保有特許等の活用から知財創造型支援への変革時期である等の意見が出された。

<検討委員会における意見の抜粋>

【第1回】

■知財支援の形が変化している。地域未来牽引企業のように突出する企業を持ち上げることだけは広がりに限界がある。地域を盛り上げ、地域全体にムーブメントを起こして全体を活気づけられる人材が重要である。

■地域活動が「見える化」されると権利にしたくなる。

■原因と結果が逆になっているように思う。企業の創造活動が活発化した「結果」が知財であれば、それを知財権で保護しようとするインセンティブも働くし、当然に活用される。ところが、特許等の知財権を「原因」と捉え、それを活用しようという流れで捉えると、創造段階で熱がこもってい

なければ空回りしてしまい、そういう隘路に陥っている知財支援が少なくないのではないか。

■広義の知財が生まれてくるような会社にする仕掛け作りが先で、創造と発掘の側面がもっと必要だと思う。

■知財人材育成は、知財管理的な人材育成ではなく、知財創造活性化人材を育成することである。

■どのように知財を発掘し、それが知財なのか、どのように盛り上げればよいか、色々な観点から考える必要がある。

【第2回】

■全体として、企業側は「知財」を知財管理業務のように狭義に捉えているのに対し、金融機関はそのレイヤーにとどまる限りは有力な支援手段にはなり得ないという認識のギャップが感じられる。

■地域中核企業や活動の中心になる人物、他もそうだが「人材」の定義が曖昧であるように思う。（実務？戦略？もっと広い意味？）

■「取得後の活用・事業化に対する支援を望む」の意見が、まさに知財を原因と捉える例かと思うが、では活用・事業化施策とは何かとなると、具体的に想定しにくい。（よくある販路開拓支援とか？）

■一般論として、ビジネスと知財戦略を合わせた経営戦略とすることが重要で、複数の支援機関が同時に支援する仕組みがあると良い等の意見が出がちだが、実際のところ関係者が増えすぎると方針が定まらず混乱しやすいように思う。

■個別企業にとって知財支援は結構ハードルが高い 。GI や地域ブランド等、人材面でも地域牽引役がいる面的取組を通じて、そこに参加する企業や個人が知財の重要性を認識することで、知財活用を実感として浸透させる方が、アプローチとして効果的と考える。

■ハンズオン支援は有効だがすぐには結果が出にくい、活動が続かない課題もある。企業にとって利益が確保できない原因を基に、目的を明確に絞り込んだ支援とするのが良い。

【第3回】

■東北の地域性として、中小企業等における知的資産自体はすごく埋もれていて、それを表に出していくところに課題があると思う。

■事業承継が進む中、新たな経営者（層）に対して、知的資産を理解する支援が必要。

■自社に価格決定権がない企業が、目に見えない暗黙知の部分を見える化し、自社のＰＲができるようになると活性化につながると思う。

■いつも連携強化と言われるが、連携による実効性を高めるために政策的に注力することが必要。

■支援機関において、支援を受ける企業側の視点を落としがちなので、支援政策を実行する上で企業目線に立つ観点が重要だと思う。

■連携強化・連携促進のために、分野的なところや東北の特長的なところを入れる部分があっても良いと思う。

■知的資産を理解・意識することが経営課題の解決にとって重要であるところがモチベートされることが重要で人材育成にもつながると思う。

■「知的資産を意識・理解することは、自らの固有性を見出すとか、独自性を見出して、経営の課題解決、それからモチベーションの向上につながる」のような自分たちにしかできないこと、自分たちにとって知的資産はすごい価値があることに気づく文言を入れてはどうか。

■新事業進出にブランディング等の知財を活用して企業価値の向上、販路拡大等の支援が必要。

（2）公開情報調査

中小企業・小規模事業者の事業環境や中小企業経営における課題、知的財産に関する状況について、中小企業庁資料や特許庁等各種報告書や文献・統計情報等をもとに調査・整理を実施した。

1）中小企業・小規模事業者情報

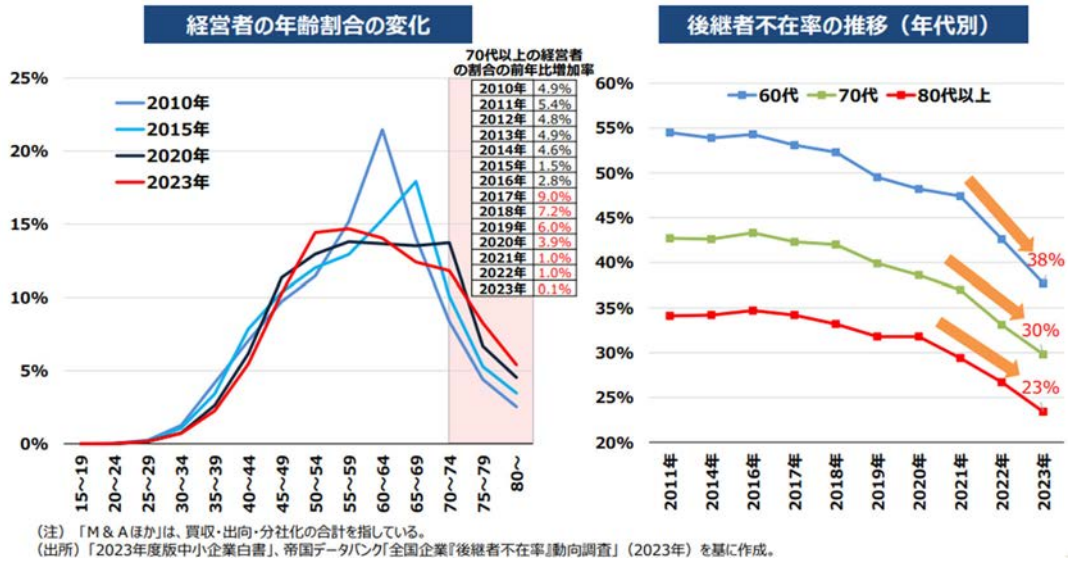
【中小企業・小規模事業者の事業環境】

新型コロナウイルス感染症の5類移行後、 2023 年の年末にかけて売上げの増加に一服感が見られたものの、中小企業の業況判断指数は高水準で推移している。一方で原材料価格の上昇や人手不足の状況から、倒産・失業率の増加傾向が見られている。日本では、今後就業者数の増加が見込めない中、中小企業の生産性の引き上げが日本の国際競争力維持にとって必要不可欠であり、企業の成長には、人への投資、設備投資、Ｍ＆Ａ、研究開発投資といった投資行動が有効になる。
また、成長投資のための資金調達や、支援機関が果たす役割は重要であり、支援体制の強化も必要である。（出典：2024年版中小企業白書の概要より一部引用）

【中小企業経営における課題】

中小企業経営者の高齢化及び後継者不在による中小企業の廃業は地域経済に大きな影響をもたらす。我が国経済が持続的に成長するためには、中小企業がこれまで培ってきた価値ある経営資源を次世代に承継していくことが重要である。企業の 99.7%を占め、労働人口の68.8%を抱える中小企業の事業承継は地域経済にとって喫緊の課題である。

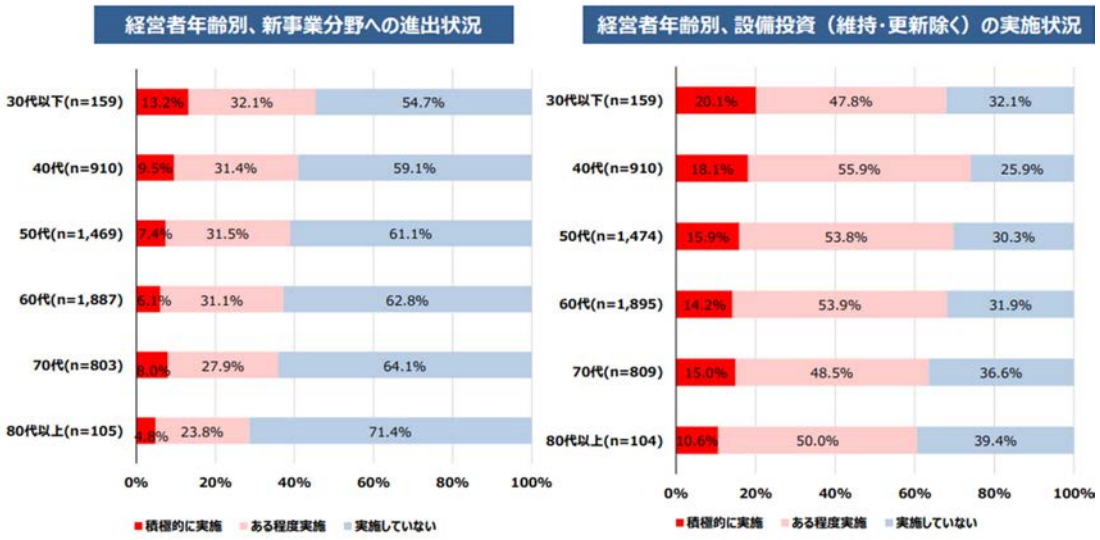
下図は、経営者の年齢割合の変化と後継者不在率の推移を示したものであり、2023年時点の経営者年齢は平均60.5歳であり、過去最高を更新。さらに70代以上の経営者の割合も継続して増加。一方で70代以上の経営者の割合の増加率は漸減。後継者不在率も低下傾向にあり、事業承継には一定の進展がみられる。



（出典：中小企業庁「事業承継・Ｍ＆Ａに関する現状分析と今後の取組の方向性について」中小企業の事業承継・Ｍ＆Ａに関する検討会（第１回）配布資料）

【経営者年齢と新事業進出や設備投資の実施状況】

若い経営者ほど、新事業分野への進出や設備投資を積極的に行う傾向にある。

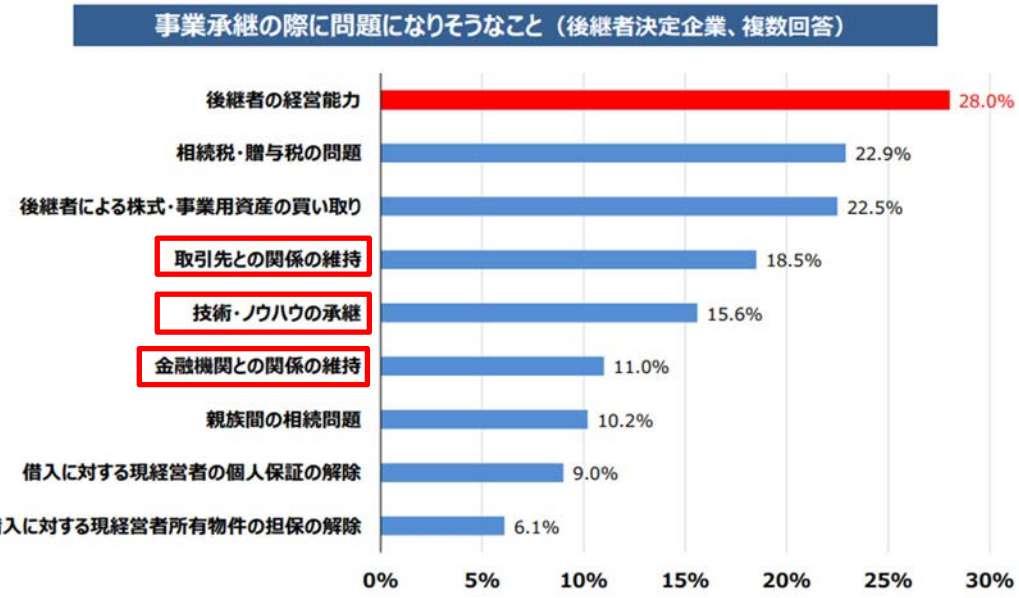


（注）　新型コロナウイルス感染症流行前（2017年～2019年）の新事業分野への進出の状況、設備投資の実施状況について、それぞれ確認したもの。
（出所）「2021年度版中小企業白書」を基に作成

（出典：中小企業庁「事業承継・M&Aに関する現状分析と今後の取組の方向性について」中小企業の事業承継・M&Aに関する検討会（第１回）配布資料）

【後継者決定企業における事業承継の際の課題】

後継者が決定している企業が事業承継の際に問題なりそうな課題

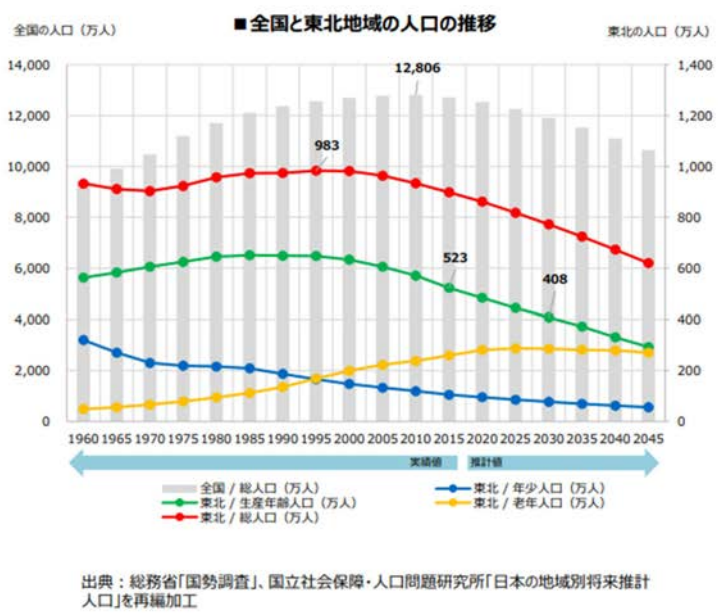


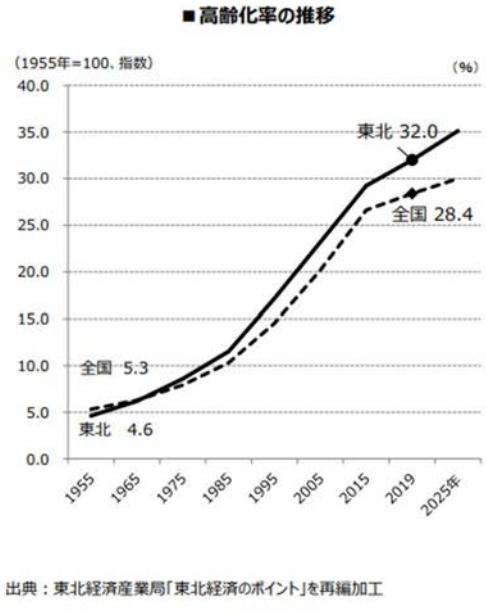
（注）　回答数：313者
（出所）日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するインターネット調査（2023年調査）結果」を基に作成。

（出典：中小企業庁「事業承継・M&Aに関する現状分析と今後の取組の方向性について」中小企業の事業承継・M&Aに関する検討会（第１回）配布資料）

【東北地域の中小企業・小規模事業者の事業環境】

東北地域は、全国に先駆けて人口減少と少子高齢化が進んでおり、働き手や需要の減少、事業承継をはじめ多くの課題にいち早く向かい合っている。地域経済社会の「稼ぐ力」を表し、イノベーション向上の鍵を握る付加価値生産性（従業者一人当たりの付加価値額）は、長らく全国に比較して低迷している。





（出典：東北経済産業局「東北地域の現状と課題」資料より）

全国的な人口減少に歯止めがかからない中、競争力維持のためには、中小企業の生産性向上が必要不可欠であり、そのためには、人や設備、研究開発等への投資行動が有効である。また、成長投資を実行するためには、支援機関連携も重要である。若い経営者ほど、新事業分野への進出や設備投資を積極的に行う傾向もみられるものの、中小企業経営においては、ヒト・モノ・カネ・情報が不足しており、成長投資が活発とまでは言えない状況である。

そのため、まずはこれまで培ってきた価値をしっかりと次世代に引き継ぎ、経営を継続・維持していくことが必要であると考えられるが、地域経済においては、後継者不在による中小企業の廃業の影響も大きい。東北地域も例外ではなく、むしろ全国に先駆けて人口減少や少子高齢化が進んでいるため、このような課題にいち早く対応していかなければない。

しかし、東北地域に立地する企業は、関東圏等の東北地域外に本社機能がある場合が多く、いわゆる支店経済となっている。従って、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い傾向が考えられることから、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とも特長のひとつになっている。

企業競争力の維持・強化、地域活性化、人材確保等のために、自社の培ってきた価値を見出し、その価値を付加価値として活用し、様々な課題に対応していくために、知的資産の理解と活用が重要と考える。

2）東北地域の知財情報

【東北地域の知的財産状況】

- ➤ 2023年の特許出願件数は6県合計 1,298件で、全国の約0.6%に過ぎず、製造品出荷額等の比率が低い四国の0.65倍程度になっている。 （表2-2：2023四法出願状況より）
- ➤ 東北地域の特許出願件数では宮城県が圧倒的に多いが、その出願件数全体の半数を東北大学の出願が占めている。（表2-3 東北地域内出願件数推移、J-Platpat 登録情報集計より）
- ➤ 特許所有内容をみると、電子部品、測定・試験、電気通信技術、医学等、農業等において保有件数が多い。（特許文献に付された特許分類ＦＩ集計より）
- ➤ 出願件数は大学が突出し、中堅・中小企業、大企業及びその関連企業等、産業財産権活動が盛んな地元の特定企業が続いている。また、権利保有の上位20者をみると概ね 2割が大学であり、青森県と福島県以外の4県すべてで地元の国立大学がトップになっている。
（J-Platpat 登録情報集計より）
- ➤ 東北地域と経済規模が近い中国地域と九州地域を比較すると、域内総生産額は中国地域を上回り、九州地域より下回る位置にあるが、特許出願件数は最も少ない。（2023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2023年版、大学等における産学連携等実施状況等により分析）
- ➤ 「農業」に関する特許所有割合は、全国平均の割合が 1.41% であるのに対して、東北地域は 7.18% で５倍強と、全国に比べて大きな割合を占める。また、建設業に関しても、「建築物」に関する特許所有割合は、全国平均の割合が 1.51%であるのに対して、東北地域は 3.30%で約2.2倍と、全国に比べて大きな割合を占める。（2023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2023年版、大学等における産学連携等実施状況等により分析）

（3）中小企業等ヒアリング

中小企業等による知的財産の活用の現状、企業等から行政に求められる支援施策を把握・検討・分析することを目的に、過年度に東北経済産業局が実施した事業を利用した中小企業、スタートアップ企業、金融機関、VC、団体等15社程度を選定の上でヒアリングを実施した。

ヒアリングでは、東北経済産業局の実施事業等に参加以降の企業内における知財意識、知財活動の継続・浸透状況について確認するとともに、知財活動等に係る課題の抽出に主眼をおいて実施した。

<ヒアリングにおける意見>

【成果】

■受講後に自社製品を開発し、その製品に名前を付けて商標を取った。これをきっかけにホームページを刷新し会社のイメージを変えたところ、全国レベルで閲覧されるようになり知名度の向上とともに、多くの問い合わせが来るようになり売上にも貢献することができた。このことにより社員の帰属意識が高まり離職率が下がるとともに、人材募集への応募も来る効果を得ることができた。
（中小企業）

■お客様との密な関係性が金融機関の特徴であることから、広義の知的財産については、これまでも

意識はしてきたが、セミナー受講でより一層掘り起こされた感じである。（金融機関）

■地域団体商標と GI を取得したが、これまでJAや産地では知的財産への意識が高かったとは言えない。「模倣品だけはとにかく勘弁してほしいから、商標で抑止しよう」という程度の考え方であった。しかし、地域ブランドとしての認知度が高まり、単価も上がっている中で、“ブランドの価値を守らなければならない”というふうに関係者の意識が変わりつつあると感じている。（地域団体商標取得団体）

■受講後、数年経過するが開発者の知財意識は低下していない。INPITの支援による職務発明規程等の整備の影響もあると思う。（中小企業）

■品質基準作成やエビデンス取得については公設試験研究機関との連携に支えられている。この活動は産学官連携であり、この連携を今後も維持・発展させたい。（地域団体商標取得団体）

【要望】

■デザイン経営の言葉はよく耳にして興味があるが、明確に何をすればよいかがわからず、勉強しやすい環境がほしい。（中小企業）

■異なる分野の参加者同士でチームを組むワークショップでは、新たな発見を得ることができてよい経験になったが、現状このような研修があまりないことが残念である。（中小企業）

■高専や大学生が企業とともに、新商品開発等を考える実践的な学生支援の事業があると良い。これにより、将来的に知財を活用した企業PRになり人材確保にも繋がると思う。（中小企業）

■単年ではなく 2～3 年、年を跨ぐ形で育成を実施し、企業が独自に知財活動を実践する体制が確立できるようなところまで支援をしてほしい。（中小企業）

【課題】

■個別セミナー受講で従業員の中に知財意識が生まれ、社内意識統一に効果的だった。しかし、中小企業には知財専門部隊をもつリソースがなく、兼務する業務対応が優先してしまい時間確保が難しい。また、依頼先があるため自社権利化が難しく、自社でできることも単独ではできない。下請けの宿命だと思う。（中小企業）

■知財に関する支援は、定量的に把握できないことが課題である。（金融機関）

（4）有識者ヒアリング

ヒアリングでは、今後必要になっていく知財人材像や他地域における知財関連の活動、事業動向等と課題に主眼をおいて実施した。

<ヒアリングにおける意見>

■地域活性や知財活動の促進には、地域中核企業や活動の中心になる人物が必要である。（専門家）

■東北管内で活躍する支援人材が固定化されたため、次世代の育成が必要になったと思う。（専門家）

■経営者層の取り込みには、各業界にある組合・協会・コミュニティイベントとの連携・コラボレーションが有効である。（専門家）

■企業内等の知財活用人材の育成は継続することが大事である（企業内で各部門の横串的に横断できる人材の育成）。（専門家）

■企業支援形態は、パブリック形式によるセミナーやワークショップと個社支援の両方が必要である。
■知財支援人材の拡大が必要で、1 年目は座学、2 年目に地域中小企業訪問による実践型教育が望ましい。（専門家）
■他地域では、デザイン経営手法の考え方が広まっている（他地域では、支援人材育成を兼ねて中小企業診断士を対象に、経営デザインシートを活用したデザイン経営研修を計画）。（専門家）
■ベンチャーキャピタルでは知財評価の専門家がおらず他支援機関との連携体制強化が必要。（VC)
■下請け的な中小企業では発明が生まれにくいため、創出のところでの支援が必要だと思う。活用を想定して生み出す支援が望ましい。（専門家）
■どのような価値を提供するのか、どのようなビジネスでどのような知財が必要なのかを考えて開発することが大事。（専門家）

（5）東北地域知財戦略本部会議意見の振り返り

2021年度 から 2023年度 の東北地域知財戦略本部会議において、知財活動や支援内容に関する委員の意見を振り返った。主な意見は以下のとおり。

<2021年度意見抜粋>
■知財戦略の一番の目的は、最終的に地域活性化や売り上げ増加、利益増加に行くべきと考える。知財を経営戦略に使い、それを売上、利益にどうつなげるかでみることが望ましい。
■デザイン・ブランド戦略等、特許以外の知財の重要性が高まっており、製品の特長付け、独自性を高める支援を望む。
■一社一社のブランディング力、商品の発信力が弱いと感じており、おいしいパッケージデザイン展受賞作品のような取り上げる材料があると採用されやすく、店頭にも並べやすくなる。
■東北の中小企業の中には、「大手企業や大学との連携の在り方」、「対等な交渉ができない」、「開発メーカーとして自立したい」など、同様の悩み、課題を抱えるところが多く、専門家による伴走支援等の活用を効果的にPRしてほしい。
■東北地域知財戦略推進計画の基本3本柱の中でも、意識啓発・人材育成が重要と考えている。知財の有効活用方法、法制度を知らなければ、知財戦略の推進、活用促進もできない。

<2022年度意見抜粋>
■知財を取得するまでの支援は多数あるが、取得後の活用・事業化に対する支援を望む。
■感度の高い金融マンが増えるように知財に関する知識・情報を周知してほしい。
■日本知的財産協会では、中国・四国地方でのレクチャーや小さな企業の知財担当者同士が集まって課題解決を考える取り組みを行っており、重要なことだと思う。
■ハンズオン支援の内容の一部でも事例とすると理解がしやすくなり、支援に弾みがつくと思う。この事業を次の人材育成の位置づけで実践的なプログラムがあるとさらに裾野が広がると思う。

<2023年度意見抜粋>
■地域での知財の重要性を認識し、競争につながる実効性のある施策を展開してほしい。我々支援機関も連携して進めていきたい。
■テック系ベンチャーやアカデミア発ベンチャー支援に力を入れるとともに、初めから世界を見据えた知財戦略への支援が必要と考える。

■ビジネスと知財戦略を合わせた経営戦略とすることが重要で、複数の支援機関が同時に支援する仕組みがあると良いと思う。
■スタートアップでは、知財に割く時間が少ないことから、ハンズオン支援が重要なキーワードになり、企業が成長する環境ができると思う。

（6）東北地域における知財関連課題

（1）～（5）の結果や統計情報等から、以下を東北地域における知財関連課題と設定する。

課題① 中小企業やスタートアップ企業の経営持続・成長のための創造

【政府方針（知的財産推進計画2024）】

30 年間続いた低物価・低賃金・低成長に象徴される「コストカット型経済」から脱却し、新たな成長型経済に変革していくチャンスを迎えている中、未来志向の戦略的な投資を促進し、新しいアイデアや研究成果を活かし、SDGs に掲げられたような社会課題の解決につながる高付加価値な新製品や新たなサービスを生み出し続けていくことが重要となっている。

【会議・ヒアリング等での意見（再掲）】

■事業承継が進む中、新たな経営者（層）に対して、知的資産を理解する支援が必要。
■下請け的な中小企業では発明が生まれにくいため、創出のところでの支援が必要だと思う。活用を想定して生み出す支援が望ましい。
■どのような価値を提供するのか、どのようなビジネスでどのような知財が必要なのかを考えて開発することが大事。

東北地域では、産業構造の特徴でもある製品の各製造工程や食品や農産物等の一次産品の生産比重が比較的高いことから、これまでに蓄積してきた知識や経験、勘等に基づくノウハウ等は暗黙知化された部分が必然的に高くなりやすい環境にあると考えられる。東北地域は、これらの暗黙知を大切に守り、継承が期待される地域となっているが、中小企業等の経営持続・成長のためには、知的資産を含む目に見えない価値の暗黙知の部分を「言語」や「形」として可視化、形式知化することで、企業が持つ「独自性」や「自社らしさ」を外部に発信することが可能となる。

また、可視化、形式知化した結果、それぞれの企業が知的財産として権利化するのか、秘匿するのかを戦略的に検討することで、自社の経営に対するモチベーションの向上や、成長につながることが期待される。企業全体のモチベーションが向上することで、従業員個々の士気向上や帰属意識が醸成され、その結果として自身の業務に誇りを見出すことで人材確保・企業の活性化にもつながる。

課題② 地域活性化・企業の持続力強化のための活用促進

【政府方針（政府における地域活性化施策資料、知的財産推進計画2024）】

複数省庁にまたがる行政分野横断的な地域活性化施策を各省庁で実施しており、経済産業省では地域における商工業一般の振興等を進めている。また、我が国の経済を支える全企業の 99.7 %を占める中小企業では、イノベーション・エコシステムにおいて極めて重要な存在であるが、知財に関する情報・知識・人材の不足や資金の不足等により、知財活動が十分に行われていないのが現

状である。

また、大企業に比して保有する経営資源の少ない中小企業やスタートアップにとって、技術やノウハウ、アイデア、更にはデザイン、ブランドといった知財は重要な経営資源であるが、これに対する「気づき」が十分とは言えず、知財を用いた資金調達にも課題がある。こうした状況を受けて、特許庁では、中小企業等の知財を活用したビジネス全体を評価した「知財ビジネス評価書」や「知財ビジネス提案書」を提供等、さらに、経営をデザインするためのツールである経営デザインシート等の活用により引き続き知財活用の普及に努める。

【会議・ヒアリング等での意見（再掲）】

■デザイン・ブランド戦略等、特許以外の知財の重要性が高まっており、製品の特長付け、独自性を高める支援を望む

■一社一社のブランディング力、商品の発信力が弱いと感じており、おいしいパッケージデザイン展受賞作品のような取り上げる材料があると採用されやすく、店頭にも並べやすくなる

■新事業進出にブランディング等の知財を活用して企業価値の向上、販路拡大等の支援が必要

東北地域は生産地としての位置づけも高く、これまでも地域団体等に対して地域全体のブランディングを意識した取り組みを行ってきたが、デザインやブランド戦略等の活用が十分ではない状況にある。

また、地域ブランド調査 2024 による市区町村の魅力度ランキングでは上位 50に入る都市が 1つと、まだまだデザイン活用や、ブランディングによる地域の魅力を伝えきれておらず、地域の活性化につながっていないことから、地域活性化・地域企業の持続力強化につなげる活用の強化が課題と考える。

課題③ 支援体制の連携強化のための取組推進

【政府方針（知的経営支援ネットワーク構築）】

2023年3月24日に4者で共同宣言を行った知財経営支援ネットワークに、近年問題視されている事業間の知的財産に係る不適切な取引に対処するための支援体制を強化すべく、2024 年12 月4日に「知財経営支援ネットワーク」へ新たに中小企業庁が加わった。この５者が連携して支援を実施することで、中小企業等や支援機関の知財経営リテラシーの向上を図りつつ、中小企業等が抱える様々な経営課題の解決に向けて、知財面も含めたシームレスかつ質の高い支援を提供する。

【会議・ヒアリング等での意見（再掲）】

■ベンチャーキャピタルでは知財評価の専門家がおらず他支援機関との連携体制強化が必要

■ビジネスと知財戦略を合わせた経営戦略とすることが重要で、複数の支援機関が同時に支援する仕組みがあると良い

中小企業では、リソースの問題から自社内に知財部門を持たないため、状況に応じて支援機関を活用している企業や、支援機関から他機関との連携を望む声も少なくない。また、中小企業が抱える経営課題が複雑化・多様化する中、一つの支援機関のみで課題解決することには限界があり、他の支援機関との連携や協働が不可欠な状況になっている。

東北地域においては、福島県では知的財産を取り扱う各機関等との更なる有機的連携を進め、福

島県における知的財産の創造、保護及び活用によるイノベーションを推進し、産業競争力の強化及び地域経済の活性化を図ることを目的として、支援機関17者に特許庁やINPIT等４者のオブザーバーを交えた「ふくしま知財戦略協議会」を定期開催しているほか、山形県では民間企業等と緊密な相互連携と協働により、県民サービスの向上や地域の活性化、やまがた創生の推進を図ること等を目的として、民間企業や金融機関等との連携協定を山形県発明協会が積極的に進めている。

また、「知財経営支援ネットワーク」や、ネットワークを活用した事業として、特許庁が令和 6 年 4月より、青森県、石川県、神戸市の3地域を知財重点支援エリアに選定し、「知財経営支援モデル地域創出事業」を通じて、地域支援機関の連携強化、人材育成及び地域企業のイノベーション創出を通じた持続的な知財活用の促進を目指している。

このように企業、支援機関、行政等の幅広い主体がイノベーションの創出を促進する協創の知財エコシステムを構築し、参画主体が強みを持ち寄り、発揮する取組を進めていくことが重要である。

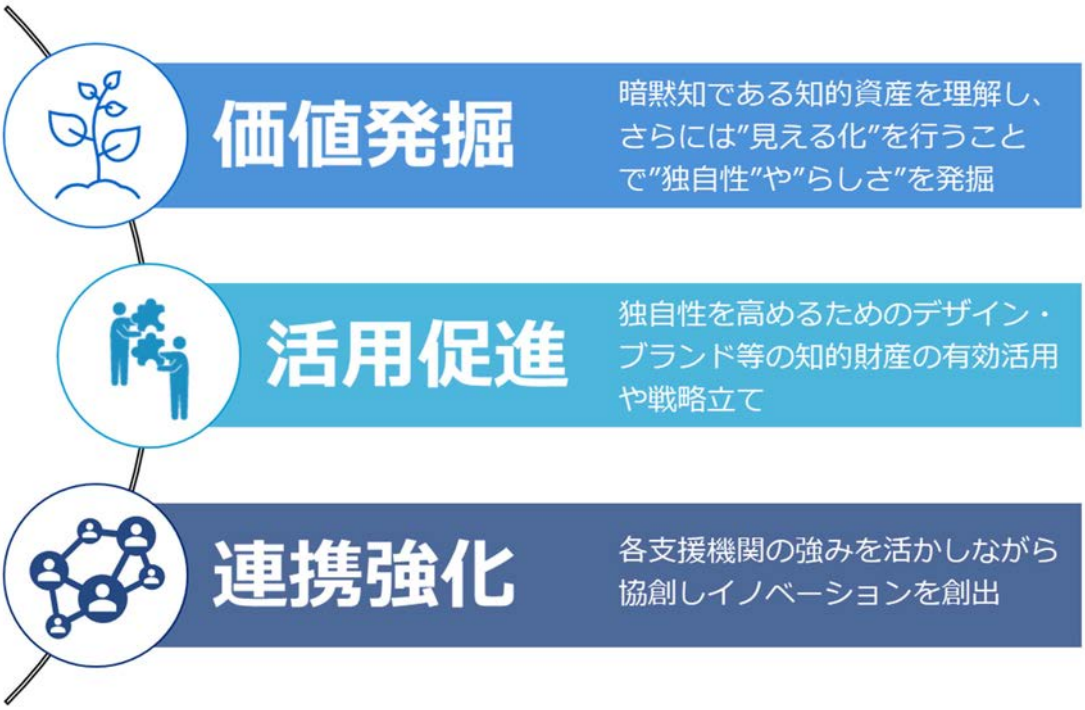
5．東北地域知財戦略推進計画の基本方針と施策方針

（1）基本方針

「東北地域知財戦略推進計画［2021年度～2024年度］」を推進して明らかになった課題を解決し、地域経済の持続的成長・活性化、競争力の源泉になり得る「知的資産」活用の動きを加速させるため、「東北地域知財戦略推進計画 ［2025年度～2028 年度］」では、以下の3つを基本方針とする。

1）価値発掘
2）活用促進
3）連携強化

＜東北地域知財戦略推進計画［2025年度～2028年度］基本方針図＞



（2）施策方針

① 価値発掘

企業等が保有する暗黙知の知的資産を意識・理解することは、知的財産の権利化をはじめ、経営課題解決への活用、経営に対するモチベーションの向上や企業PRにもつながっていく。

そのため、企業等に対して、ワークショップ等を実施し、自社固有の価値は何であるのかを掘り起こし、新たな価値創造に必要な知的資産を意識・理解する取組の重要性を周知するとともに、意識啓発・人材育成に関する取組を実施することで、東北地域における価値発掘の取組を推進させる。

② 活用促進

地域の特産品や企業の製品の特長付け、独自性を高めるためのデザインの有効活用、ブランド戦略を理解することが、地域企業の活性化、さらには地域活性化につながる。

東北地域は生産地としての位置づけも高いため、これまでに実施してきた地域団体等に対する地域全体のブランディングを意識した取り組みや、企業等が発掘した知的資産の戦略的な活用につながる伴走支援、地域団体商標等の地域ブランドを周知するイベント等を実施することにより、東北地域の知財活用の底上げを図っていく。

③ 連携強化

関係機関が中小企業等の抱える問題意識を共有し、各種支援施策の相互利用やシームレスな利用により、実効的な支援の取組みが可能となるよう、「知財経営支援ネットワーク」や各地域における支援のネットワークの強化、コミュニティの整備等に向けた後押しを行う。また、関係機関が中小企業等の知財課題に気づく感度を高め、知財経営支援が必要な中小企業等を発掘、支援事例の増加を目指すため、セミナー実施や連携した支援の機会を創出する。

参考資料：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

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。2021年では、全国比7.2%を占めているが、2040年までに21.0%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。

東北地域の上場企業数をみると、関東、近畿、中部、九州、中国、北海道に次ぐ、7番目に多い地域となっている。また、特許出願件数でみると、関東、近畿、中部、九州、中国に次ぐ、6番目の出願件数となっている。

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、地域の経済指標に示すように全国比の約6.28%であり、産業ごとの総生産額は、第一次産業0.7兆円（構成比2.1%）、第二次産業9.6兆円（同27.8）、第三次産業24.1兆円（同70.1%）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14.0%であり、生産地としての位置付けは高い。また、就業人口は全国比14.6%で人口比6.7%に比べて農業に従事する労働人口の比率が高い。しかしながら、生産額は低く、域内総生産額は、第二次産業の生産額の10分の以下となっている。

【第二次産業】

第二次産業の出荷額は、全国比6.7%である。復興関連工事等により、建設業のウエイトが高まっている。

【第三次産業】

第三次産業では、製造品出荷額は全国比6.0%であり、人口比6.7%に比べて低いものになっている。また、卸売業販売額は全国比4.2%であることから、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、付加価値の小さい量産型の工場、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。

（資料：東北経済のポイント（東北経済産業局）2024年度版より）

<表2-1　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（2024年4月1日現在）		66,948 km²	14.4	22.8	10.9	17.4	13.9	20.6	17.7	「令和 6 年全国都道府県市区町村別面積調」（国土地理院）
総人口（2023年10月1日現在）		8,318 千人	14.2	14.0	27.2	11.0	12.3	21.2	6.7	「人口推計」（総務省）
世帯数（2020年10月1日現在）		3,501 千世帯	-	-	-	-	-	-	-	「令和２年国勢調査」（総務省）
域内総生産（2021年度）		344,882 億円	13.0	13.7	28.1	10.3	12.4	22.6	6.3	「2021年度県民経済計算」（内閣府、各県公表資料）<注>
内訳	第一次産業	7,327 億円	-	-	-	-	-	-	-	
	第二次産業	95,533 億円	-	-	-	-	-	-	-	
	第三次産業	241,194 億円	-	-	-	-	-	-	-	
市町村数（2024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（2021年度）		2,831 千円	-	-	-	-	-	-	-	「2021年度県民経済計算」（内閣府、各県公表資料）
事業所数（2021年6月1日現在）		407,488 事業所	-	-	-	-	-	-	-	「令和３ 年経済センサス活動調査」（総務省、経済産業省）
従業者数（2021年6月1日現在）		3,715 千人	-	-	-	-	-	-	-	
製造品出荷額（2022年）		205,956 億円	8.6	15.1	26.6	7.7	15.3	26.7	5.7	「2023年経済構造実態調査」（経済産業省）
卸売業販売額（2021 年）		171,420 億円	9.9	11.6	50.7	6.5	7.4	13.9	4.2	「2022年経済構造実態調査（産業横断調査）」（総務省、経済産業省）
小売業販売額（2021年）		98,304 億円	14.2	13.1	28.7	10.7	11.9	21.3	7.1	

（出典：東北経済のポイント（東北経済産業局）2024年度版より）

<注>域内総生産の全国比を算出する際の全国の数値については、国民経済計算の経済活動別国内総生産（暦年）に基づいて算出。

２．知的財産を取り巻く状況

（１）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、2023年の特許出願件数は６県合計1,298件であり、全国の約0.6%弱に過ぎない。

＜表2-2　2023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	512	0.22%	47	1.64%	194	0.93%	1,886	1.54%	3.7%
東北	1,298	0.57%	83	2.89%	341	1.64%	2,400	1.96%	5.9%
関東	147,186	64.29%	1,427	49.76%	10,604	50.94%	73,040	59.76%	37.0%
中部	28,570	12.48%	268	9.34%	2,653	12.74%	9,058	7.41%	15.2%
近畿	43,105	18.83%	647	22.56%	5,436	26.11%	23,596	19.31%	20.4%
中国	3,526	1.54%	100	3.49%	596	2.86%	3,392	2.78%	6.4%
四国	2,001	0.87%	66	2.30%	365	1.75%	1,583	1.30%	3.0%
九州	2,609	1.14%	226	7.88%	582	2.80%	6,311	5.16%	7.9%
沖縄	111	0.05%	3	0.10%	46	0.22%	906	0.74%	0.4%
その他	18	0.01%	1	0.03%	0	0.00%	41	0.03%	–
計	228,936	100%	2,868	100%	20,817	100%	122,213	100%	100%

（出典：製造品出荷額等以外の出典：特許行政年次報告書2024年版 ※データは2023年
製造品出荷額等の出典：2023年経済構造実態調査　製造業事業所調査
（地域別統計表データ）　令和6(2024)年7月26日掲載　※データは2022年

2019年から2023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、全般的に宮城県が他県に比べて多く、次いで福島県、山形県の順となっている。

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を東北大学による出願（年間の出願件数330件程度）が占めている。

<表2-3　東北地域内出願件数推移>

	出願種別	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	5 年間計
青森	特許	367	343	208	131	114	1,163
	実用新案	11	11	6	9	7	44
	意匠	34	50	51	23	38	196
	商標	288	290	309	246	254	1,387
岩手	特許	136	115	108	117	117	593
	実用新案	8	7	15	6	14	50
	意匠	26	31	19	13	21	110
	商標	348	327	306	299	267	1,547
宮城	特許	705	680	622	633	602	3,242
	実用新案	35	35	32	29	20	151
	意匠	150	166	215	233	212	976
	商標	958	800	908	809	848	4,323
秋田	特許	136	125	115	78	96	550
	実用新案	5	19	13	17	19	73
	意匠	13	12	23	7	5	60
	商標	240	249	267	220	214	1,190
山形	特許	210	210	196	172	132	920
	実用新案	10	20	9	7	5	51
	意匠	114	52	48	29	42	285
	商標	378	388	387	332	389	1,874
福島	特許	260	282	258	252	237	1,289
	実用新案	18	32	25	15	18	108
	意匠	48	61	46	39	23	217
	商標	578	439	454	489	428	2,388
特許合計		1,814	1,755	1,507	1,383	1,298	7,757
	（全国比）	0.74%	0.77%	0.68%	0.63%	0.57%	0.68%
	全国合計	245,372	227,348	222,452	218,813	228,936	1,142,921
実用新案合計		87	124	100	83	83	477
	（全国比）	2.36%	2.83%	2.66%	2.80%	2.89%	2.70%
	全国合計	3,693	4,377	3,762	2,964	2,868	17,664
意匠合計		385	372	402	344	341	1,844
	（全国比）	1.68%	1.66%	1.82%	1.60%	1.64%	1.68%
	全国合計	22,867	22,458	22,078	21,479	20,817	109,699
商標合計		2,790	2,493	2,631	2,395	2,400	12,709
	（全国比）	1.87%	1.84%	1.98%	1.91%	1.96%	1.91%
	全国合計	148,913	135,375	133,009	125,364	122,213	664,874

（出典：特許行政年次報告書2022年版（2019年～2020年））

（出典：特許行政年次報告書2024年版（2021年～2023年））

<表 2-4　東北地域内の特許発明者数推移>

		2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023年	5 年間計
青森	発明者	782	956	647	408	421	3,214
	考案者	17	11	7	14	7	56
	創作者	43	71	62	26	47	249
岩手	発明者	542	467	486	478	447	2,420
	考案者	12	12	15	12	21	72
	創作者	43	91	37	20	31	222
宮城	発明者	3,293	3,193	3,165	3,084	3,200	15,935
	考案者	39	40	35	43	28	185
	創作者	299	270	290	376	421	1,656
秋田	発明者	544	435	461	262	276	1,978
	考案者	10	27	14	20	26	97
	創作者	25	19	31	11	11	97
山形	発明者	1,043	913	871	835	690	4,352
	考案者	11	27	11	6	5	60
	創作者	216	156	87	71	116	646
福島	発明者	1,369	1,595	1,301	1,313	1,235	6,813
	考案者	24	37	25	16	22	124
	創作者	79	127	91	101	47	445
発明者合計		7,573	7,559	6,931	6,380	6,269	34,712
（全国比）		1.25%	1.34%	1.23%	1.15%	1.11%	1.22%
全国合計		606,077	563,776	562,024	554,458	564,956	2,851,291
考案者合計		113	154	107	111	109	594
（全国比）		2.27%	2.64%	2.12%	2.76%	2.75%	2.49%
全国合計		4,974	5,834	5,049	4,018	3,961	23,836
創作者合計		705	734	598	605	673	3,315
（全国比）		1.77%	1.91%	1.56%	1.59%	1.80%	1.73%
全国合計		39,801	38,468	38,430	38,014	37,427	192,140

（出典：特許行政年次報告書2022年版（2019年～2020年））
（出典：特許行政年次報告書2024年版（2021年～2023年））

2022年に初めて特許出願して、2024年11月公開時点で特許出願数の多い出願人ランキング（東北地域版）

	出願人	件数	事業及び特許内容
1	株式会社Move(福島県)	5	主な事業の内容：デジタルデバイス開発・販売事業 特許出願の内容：イヤホンに関する発明
2	新和設計株式会社（山形県）	4	主な事業の内容：建設コンサルタント業務・地質調査業務・測量業務 特許出願の内容：コンクリート構造体に関する発明
3	トレ食株式会社（福島県）	3	主な事業の内容：セルロース原料の供給、セルロースに関わる受託研究 特許出願の内容：食品および廃棄物の処理に関する発明
4	株式会社カガヤ（岩手県）	3	主な事業の内容：鋼構造物事業（設計・製造・施工）、メガソーラー事業

			（売電） 特許出願の内容：工作機械および建築構造に関する発明
5	株式会社パワー・ブレン （岩手県）	3	主な事業の内容：水産加工品の製造販売 特許出願の内容：水産食品に関する発明
6	株式会社ｔｏ ｂｅ Ｔｒｕｓｔ （宮城県）	3	主な事業の内容：リフォーム、家財整理、ハウスクリーニング 特許出願の内容：建築物の仕上げ用具に関する発明
7	株式会社 ハートビートサイエンスラボ （宮城県）	3	主な事業の内容：生体信号の計測、処理、解析事業 特許出願の内容：医療における診断のための検出、測定または記録に関する発明

（２）東北地域の特許所有傾向の分析

東北地域全体の特許所有内容をみると、電気素子、測定・試験、電気通信技術、医学等、農業等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2割強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】

外資系企業の青森事業所の特許保有件数が多く、次いで弘前大学となっている。技術分野別では、電気通信技術、農業等に関する権利が大半を占めている。

【岩手県】

岩手大学の特許保有件数が圧倒的に多い。技術分野別では、医学等、農業等、測定・試験、計算・計数、スポーツ・ゲーム・娯楽、食品、運搬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。東北地域全体でみても東北大学の保有数が一番多い状況となっている。技術分野別では、電気素子、測定・試験、医学等、照明、電力の発電・変換・配電に関する技術が多い。

【秋田県】

秋田大学の保有件数が多く、次いで大手電子材料・電子部品企業となっている。技術分野別では、電気素子、ガラス、結晶成長、測定・試験、無機化学の順となっている。

【山形県】

山形大学の特許保有件数が多く、次いで大手電子部品・電気機器企業となっている。技術分野別では、電気素子、半導体装置、電子回路の順となっている。

【福島県】

大手切削工具企業及び大手繊維企業２社の特許保有件数が圧倒的に多く、次いで会津大学となっている。技術分野別では、工作機械、測定・試験、医学等、電気素子の順となっている。

（３）東北地域の特徴（※1）

①農林水産業

特許の所有権数に関しては、「農業」に関する特許の割合は7.18% であり、全国平均が1.41% であるのに対して、東北地域は全国に比べて大きな割合（5倍強）を占める。一方、生産額でみても、東北地域の農林水産業の割合は、全国の割合を上回っているが、全国の割合が1.0%であるのに対して東北地域の割合は2.4%であり、全国の2.5倍程度である。

②建設業

「建築物」に関する東北地域の特許の割合は3.30%であり、全国平均の割合1.51%と比べて約2.2倍と、大きな割合を占める。生産額でみても、東北地域において、建設業は総生産の8.7%程度を占め、国内総生産割合の5.9%を上回っている。

③経済規模

2023年の特許出願件数で東北地域、中国地域、九州地域を比較すると、東北地域は特許出願件数が最も少ない（東北地域 1,298件、中国地域3,526件、九州地域2,609件）。東北地域の域内総生産額は 2020年度 34兆3,324億円で、中国地域を上回り、九州地域より下回る位置にあることを考慮すると、東北地域の特許出願件数は、経済規模に対して少ないことがわかる。

④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。

⑤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。

（※１）2023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2023年版、大学等における産学連携等実施状況等により分析

３．各県における知的財産への取組

①　青森県

【産業振興計画・知財戦略】

■青森県基本計画「青森新時代」への架け橋　（令和5年12月策定）

■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（平成21年3月制定）

【重点方針】

■知的財産の活用による新商品開発や新事業創出の促進

■将来の本県産業を担う創造性豊かな人財の育成

【取組事例】

■知財活用サロンの開催

中小企業者による事業化案件の掘り起こしを支援するため、県内企業の関心の高い知的財産活用テーマによる講演や意見交換を実施。

■新事業等創出セミナーの開催

新商品・新サービス開発の場面において、「デザイン」に着目して自社の価値を高める考え方についての講演及び県内企業の取組を紹介。

■地域ブランド化に係る研修会の開催
農林水産分野をはじめとした観光や商工等における特長的な地域資源を活かした地域ブランドづくりに取り組む団体等を対象に、地域資源を「地域ブランド」に高めるプロセスを学ぶ研修会を実施。

② 岩手県

【産業振興計画・知財戦略】
■いわて県民計画（2019～2028）（平成31年3月策定）
■岩手県知的財産活用推進プラン　（令和5年12月策定）

【重点方針】
■知財マインドの向上のための普及啓発及び人材育成
■産学官金の関係機関と連携した知的財産の創出支援
■知的財産の保護・強化・活用、地域ブランドの推進

【取組事例】
■知財セミナー
知的財産を戦略的に活用できる県内中小企業等の知財マインドの育成及び知的財産の普及啓発及び人材育成
■教育事業（知財事業）
将来を担う青少年を対象とした知財活用人材の育成及び知的財産の普及啓発。

③ 宮城県

【産業振興計画・知財戦略】
■新・宮城の将来ビジョン　　（令和2年12月策定）
■みやぎ知的財産活用推進方策（平成18年3月策定、平成21年3月改定）

【重点方針】
■みやぎ知的財産活用推進方策では、県内の中小企業や生産者等が知的財産の重要性を認識し、創造・保護・活用に積極的に取り組むことにより知的創造サイクルを確立して、競争力の強化と経営の持続的な発展を図れるようになることを目標に掲げ、県ではその目標達成に向けた支援をおこなっていく

【取組事例】
■知的財産活用推進事業「みやぎ知財セミナー」
「ブランドを護る知的財産」「技術ノウハウの気づきと流出対策」「生成AIと知的財産権」
■特許庁と連携した取組
創業・スタートアップ企業の推進力をテーマとした「つながる特許庁」の開催

④ 秋田県

【産業振興計画・知財戦略】
■新秋田元気創造プラン（2022～2025年度）（令和４年3月策定）

【重点方針】
■県内企業の競争力強化に向けた産学官連携による研究開発の推進
■県内農産物・水産物等のブランド化
■消費者ニーズを捉えたオリジナル商品の開発と秋田の「食」のブランド化

【取組事例】
■自社ブランド開発による新事業展開
中小企業等外国出願支援事業の活用
■知財総合支援窓口による県内高校への知財普及活動

地域経済の活性化やスタートアップにつながる活動を促進させるため、弁理士会との協働により活動を実施。

■県内高校における知財に関する取り組み

⑤　山形県

【産業振興計画・知財戦略】

■山形県産業振興ビジョン　　（令和2年3月策定）

■第４次山形県科学技術政策総合指針（令和3年3月策定）

【重点方針】

■第４次山形県科学技術政策総合指針

（基本目標Ⅱ）

・未来を担う子どもたちがモノづくりに触れる第一歩となる取り組みの充実

・研究者の資質向上や研究意欲の喚起、活躍できる環境の整備

（基本目標Ⅲ）

・県内産業を後押しする知的財産支援の強化

・新しい価値へつながる公設試験研究機関の知的財産マネジメントの実施

【取組事例】

■公設試験研究機関の知財マネジメント

県有知財の適切な管理・活用を目的として、知的財産の取扱基準を策定し、出願、審査請求及び更新時等における判断基準を示し、県有知財については知的財産管理審査委員会で外部有識者による意見を踏まえた管理を行う。

■製造受託企業にける新たな自社商品化とブランド化に向けた山形県知財総合支援窓口による支援

⑥　福島県

【産業振興計画・知財戦略】

■福島県商工業振興基本計画（令和３年12月策定）

■福島県知財戦略推進計画　（令和5年2月策定）

【重点方針】

■本件における産業の発展を支える知的財産の創造、保護及び活用を推進し、「知財立県ふくしま」の創造を目指す

■県と（一社）福島県発明協会が新たに設置する「ふくしま知財戦略センター」を中核とし、関係機関が連携し、知財の意識啓発・人材育成、総合知財戦略の推進、活用促進を一体的・総合的に実施する

【取組事例】

■ふくしま知財戦略協議会

知的財産の創造、保護及び活用によるイノベーションを力強く推進し、産業競争力の強化及び地域経済の活性化を図るため、産学官金言・支援機関等の有識者をメンバーとして協議会を設立。

■連携協定締結

特許庁及び（公財）福島イノベーション・コースト構想推進機構との連携協定締結による知的財産の保護及び活用を推進。