

Ⅱ. 地域における知財活動に関する調査結果の分析

1. 各都道府県における知的財産に関する施策支援の取組状況

本事業で把握した各都道府県における知的財産に関する施策の取組について分類し、整理した。

なお、分類した施策は本事業で実施した調査年度時点の取組である。

【北海道・東北エリア】

施策分類	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
制度普及・啓発	○	○	○	○	○		○
特許流通・活用	○	○		○		○	○
相談体制整備	○	○	○				
費用助成							○
広報 PR 支援					○	○	○
知財教育		○	○	○	○	○	○

【備考：各都道府県における施策の実施時期（調査年度）】

平成 27 年度：福島県

平成 28 年度：北海道、岩手県、宮城県

平成 29 年度：青森県、秋田県、山形県

【関東エリア】

施策分類	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	山梨県	長野県	静岡県
制度普及・啓発			○	○	○		○	○	○		○
特許流通・活用	○	○				○	○		○		○
相談体制整備		○		○	○	○	○				○
費用助成			○			○		○			
広報 PR 支援		○	○				○				
知財教育	○	○	○	○						○	

【備考：各都道府県における施策の実施時期（調査年度）】

平成 27 年度：群馬県

平成 28 年度：栃木県、神奈川県、長野県、静岡県

平成 29 年度：茨城県、埼玉県、千葉県、東京都、新潟県、山梨県

【中部エリア】

施策分類	愛知県	岐阜県	三重県	富山県	石川県
制度普及・啓発	○				○
特許流通・活用	○	○		○	
相談体制整備					
費用助成			○	○	
広報 PR 支援			○	○	
知財教育	○		○	○	

【備考：各都道府県における施策の実施時期（調査年度）】

平成 27 年度：岐阜県

平成 28 年度：愛知県、三重県、富山県、石川県

【近畿エリア】

施策分類	福井県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
制度普及・啓発		○				○	○
特許流通・活用		○	○	○			○
相談体制整備			○	○			○
費用助成	○					○	
広報 PR 支援			○				
知財教育	○			○	○	○	○

【備考：各都道府県における施策の実施時期（調査年度）】

平成 27 年度：福井県

平成 28 年度：大阪府、兵庫県

平成 29 年度：滋賀県、京都府、奈良県、和歌山県

【中国・四国エリア】

施策分類	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県
制度普及・啓発		○				○		○	○
特許流通・活用	○				○	○		○	
相談体制整備			○	○		○	○		○
費用助成			○				○		
広報 PR 支援									
知財教育		○	○	○		○	○	○	

【備考：各都道府県における施策の実施時期（調査年度）】

平成 27 年度：岡山県、広島県、愛媛県

平成 28 年度：鳥取県、島根県、山口県、香川県

平成 29 年度：徳島県、高知県

【九州・沖縄エリア】

施策分類	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
制度普及・啓発	○	○	○		○			
特許流通・活用	○	○	○		○	○		
相談体制整備							○	
費用助成		○						○
広報 PR 支援				○	○			
知財教育		○		○	○	○		○

【備考：各都道府県における施策の実施時期（調査年度）】

平成 27 年度：福岡県

平成 28 年度：佐賀県、長崎県、宮崎県、鹿児島県

平成 29 年度：熊本県、大分県、沖縄県

2. 県の施策に対するニーズと今後の展望

(1) 県の施策に対する企業等のニーズ

企業等へのヒアリング調査により把握した県の施策に対するニーズを下記する。

【情報提供】

- 県から定期的に知的財産の支援に関する情報を発信して欲しい。
 - ✓ 県の知的財産支援事業に関する情報は、発信の頻度が少ない。
 - ✓ 県の知財支援情報は、J-PlatPat など、知的財産に関心のある中小企業が使う Web サイトに掲載されていると目にとまりやすい。
- 海外の知的財産関連情報を発信して欲しい。
 - ✓ 中国企業等が日本の市場に参入して模倣品が現れた際にどのように対処するか、といったセミナーや勉強会を開催して欲しい。
 - ✓ 情報を入手し、中国から来る模倣品の参入に備えたい。
 - ✓ 国ごとの知的財産制度に関する情報が不足している。

【人的支援】

- 知的財産権取得後の人的支援が欲しい。
 - ✓ 特許権を取得した後も継続して指導、支援して欲しい。特に取得した特許権を具体的にどうマネタイズするのか助言をいただきたい。
- 様々な企業や団体、デザイナーとの出会いの場を設けて欲しい。
 - ✓ ビジネスマッチングなどを開催していただき、色々な企業や団体との出会いを創出して欲しい。

【経済的支援】

- 事業化に必要な資金を支援して欲しい。
 - ✓ 開発段階では様々な公的支援を受けることができたが、地域経済への波及効果が期待できる事業については事業化に必要な資金（工場建設や自社農園の保有等のための資金、補助金のような制度でなくファンドによる投資等で良い）についても応援してもらえるとありがたい。

（２） 今後の展望

地域には、知財総合支援窓口をはじめ工業技術センターやよろず支援拠点等、中小企業を対象とした各種支援窓口が設置されており、中には工業技術センターやよろず支援拠点から知的財産に関する課題を有する中小企業の紹介を受ける事例が散見される。

本事業で実施したヒアリング調査によると、県の施策に対する企業等のニーズは、情報提供、人的支援、経済的支援に大きく分けられるが、これらの支援を総合的かつ一体的に実施する上では支援機関の連携は欠かせない。

支援機関がそれぞれ実施する支援内容や課題について日常的に情報交換、意見交換を密にし、地域特性や支援対象のニーズを踏まえた情報提供、人的支援、経済的支援を一気通貫で対応できる支援体制の更なる連携強化が必要である。

3. 国の施策に対するニーズと今後の展望

(1) 国の施策に対する県・企業等のニーズ

県及び企業等へのヒアリング調査により把握した国の施策に対するニーズを下記する。

【情報提供】

- 支援制度に関する情報の露出を高めて欲しい。
 - ✓ 色々な支援制度を持ちながら、中小企業が直接その制度を知る機会が少ない。制度に関する情報の露出を高め、支援者からの口伝えだけでなく、直接中小企業の経営者がその情報に触れる機会を整えて欲しい。
- 知財総合支援窓口の存在を広く宣伝して欲しい。
 - ✓ 知財総合支援窓口の認知度は、まだまだ不十分であり、特許庁には窓口の存在を中小企業に広く宣伝してもらいたい。
- 地域団体商標制度の認知度を高めて欲しい。
 - ✓ 地域団体商標制度の一般消費者に対する認知度を高めてもらい、地域団体商標自体のブランド力を高めてもらいたい。地域団体商標の認証マークがあると認知度向上に効果的なのではないか。
 - ✓ 地域団体商標が一般的に認知されていない。告知等で認知度を高めてほしい。
- 県有特許で、特許侵害になっているような係争事例が電話等で確認できるような仕組みがあるとありがたい。

【人的支援】

- 外国出願支援と海外販路開拓、契約などをセットにした支援施策があると良い。
- 海外に特許出願する際に先行技術調査を行ってもらえると良い。
 - ✓ 海外での先行技術調査を実施している支援機関はほとんどない。
- 中小企業を実務レベルで支援できる制度の新設を期待したい。
 - ✓ 知財総合支援窓口で実施できる支援は、制度の紹介や相談に対する助言であり、限界がある。より成果を出すためには伴走型の支援が必要であり、そのような形態の支援制度を新設して欲しい。例えば、支援企業から営業秘密管理規定の作成について相談を受けた場合、ひな形の提示はできるがその会社用にひな形をカスタマイズする手伝いはできない。支援企業からは助言でなく手伝いのニーズが大きく、弁理士などの民業圧迫などの問題を解決した実務レベルで支援が可能な制度の新設を期待したい。
- 販路開拓や取得した知的財産権の管理方法に対する人的支援が欲しい。
 - ✓ 販路のアドバイスや取得した知財をどうやって管理していくかなど、地域

団体商標を登録した後に考えること実施すべきことが多くあり、人材不足の当団体としては人的支援の新設を期待したい。

- デザイナーと企業のマッチング事業を新設して欲しい。
 - ✓ デザイナーと企業のマッチング事業を新設してほしい。広告代理店のよう
に複数のデザイナーを抱えていると、顧客のニーズとマッチングさせる余
地があるが、そのようなマッチングを望む。
- 製品開発に係る支援が欲しい。
 - ✓ 中小企業は人材資源が限られており、自社の技術者だけでは開発が難しい
ため、開発支援が欲しい。

【経済的支援】

- 開発ステージだけでなく販売につながる出口サポートもして欲しい。
 - ✓ 製品開発のプロセスでは、補助金等で公的機関が手厚く応援してくれる。
一方、製品を販売するために必要な許認可等の段階では、行政からプレー
キを踏まれてしまうことが多い。公的セクターには開発ステージだけでな
く、販売につながる出口サポートする意識もしっかり持って欲しい。
- 外国出願の助成制度の応募時期を拡大して欲しい。
 - ✓ 外国での特許権取得費用は大きな負担となっている。外国出願の助成制度
が用意されているが、応募のタイミングが決まっている。一部でも構わな
いので、いつでも応募できる枠があると良い。その場合、案件を選別する
ことが必要になるだろうが、例えば、波及効果の期待できるもの等を基準
として、第三者に評価してもらう仕組みにすれば良いのではないか。
- 商標権を取得した後の維持にかかる費用を安価にして欲しい。
 - ✓ 商標権取得後の維持費用が負担になっており、更新も難しい状況にある。
- 先願調査の代行または専門家に依頼する費用の一部を支援して欲しい。
 - ✓ 海外での日本酒ブームを背景に、当団体にも海外への進出を検討する組合
員もいるが、海外での商標権の取得に係る先願調査は専門的知見が必要且
つ調査費用が負担になるため進出のボトルネックになる場合もある。
- 特許権や商標権の登録後の費用について減免制度があると助かる。
 - ✓ 外国出願した後の現地での登録維持費の補助があると助かる。(米国での維
持費は1件で300万円くらい) 出願時の補助は大変ありがたいが、権利維
持の補助があるとより助かる。
 - ✓ 特許の維持に係る費用の減免制度などがあると助かる。

（２）今後の展望

国では中小企業を対象に知的財産に関連する支援を幅広く実施しているにもかかわらず、中小企業の経営者や一部の支援機関関係者がその支援の存在を知らない場合が存在する。

支援制度や知財総合支援窓口の存在については、これまでどおり知財セミナーやパンフレット等で紹介を続けることに加え、中小企業経営者が集まる青年会議所、商工会議所・商工会の青年部、ロータリークラブなどの例会へも出向き紹介するほか、中小企業経営者の多くが閲覧すると考えられる新聞（日刊工業新聞、日経産業新聞）やビジネス雑誌（日経ビジネス、東洋経済）等に情報を掲載するなどして露出を高めることについて検討の余地がある。

また、地域団体商標制度については、今回のヒアリング調査の中で一般消費者の認知度が低いことが度々指摘された。地域団体商標の認証マークを制作するなど地域団体商標自体のブランド力を高める認知度向上に向けた取り組みが必要である。

人的支援については、中小企業における人材不足を理由に、支援制度の拡充を求める意見が聞かれた。支援の内容については、特許権の登録までの助言にとどまらず、創業から事業化（製品開発・販路開拓）、承継・再生まで中小企業のあらゆるライフステージに対応した人的支援メニューの設定と提供が期待されている。

なかでも事業化における人的支援のニーズは高く、中小企業に不足しているマーケティング人材やデザイナーとのマッチングの機会を提供し当該人材を派遣することで、新たな市場での販路開拓や商品開発、ブランディングに活かしていくきっかけになることが推察される。

一方、地域の支援機関についても中小企業と同様に、知財の活用支援人材が不足している現状があり、知財ありきのアプローチではなく経営からのアプローチで知財の活用を支援できる人材の量的・質的拡充を図る必要がある。活用を支援する人材を支援機関及び弁理士と中小企業診断士等の士業間連携により量的不足を補うとともに、ケーススタディと OJT（On the Job Training）を通じた体験型・問題解決型育成プログラムの開発と支援モデルを確立し、支援人材の質的拡充を図ることが望ましい。

経済的支援については、知的財産権の取得にかかる経費の補助に加え、取得後の維持にかかる経費の補助や外国出願の助成制度の応募時期の拡大等が期待されている。

知的財産権の出願、取得、維持までの流れの中での最適なタイミングでの支援が期待されている。

4. グループ分析

地方公共団体が知財活動を促進するための取り組みを行っていくためには、その効果が明確に示せることが理想的であるが、出願から権利取得までに時間を要することや権利取得による売上増加など直接的な影響を示す情報がないなどの理由からこれまで地方公共団体による知財支援施策の定量的な効果を裏付ける資料の提供は十分に行われていない。

そこで、公表されている経済統計等データと特許庁の出願等データを元に試行的に分析を行った。結果については、一定の傾向は見られるものの、より精緻な分析に向けては以下のように課題が挙げられており、データ整備を含め、今後の検討が必要であることが明らかになった。

<精緻化に向け考慮すべき項目例>

- ・出願等データは中小企業に特定した数値であることに対し、経済統計等データは大企業も含めた数値であるため、純粋に「中小企業の知財活動の効果」を示す分析にはなっていない。
- ・企業の知財活動の指標として用いる数値として、特許出願件数や商標出願件数などが挙げられるが、本来の知財活動においては複合的な権利取得（知財ミックス）を目指すことに対し、本分析では単純な数値の和を用いている。
- ・分析に用いる母数が小さいため、年度による変動や影響が大きく、傾向を把握することが困難である。
- ・相関が見られる分析において、異常値を示す地方公共団体についての原因究明や把握が十分ではなく、断定するに至らない。

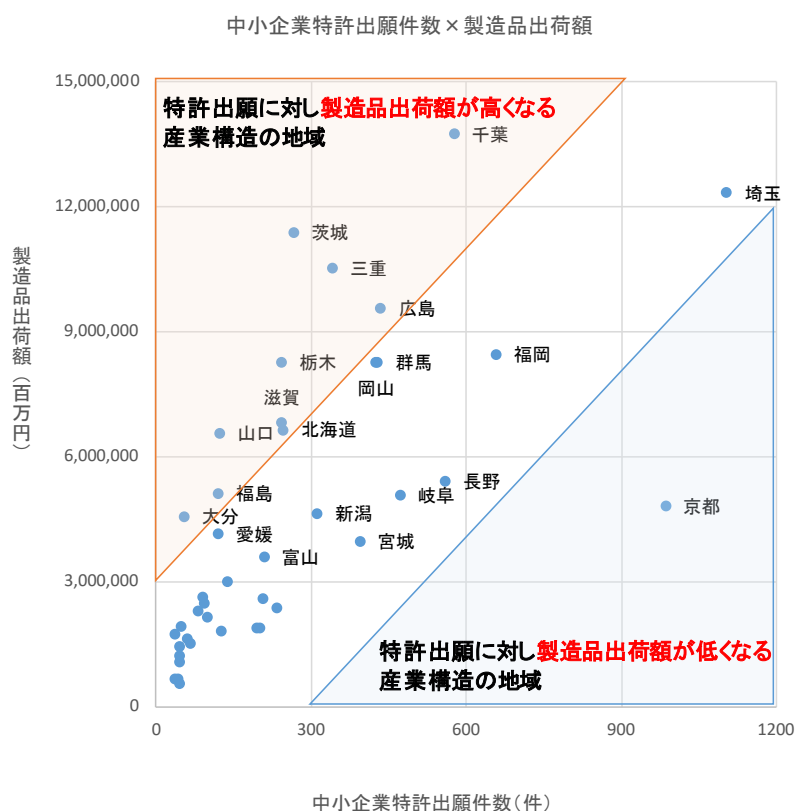
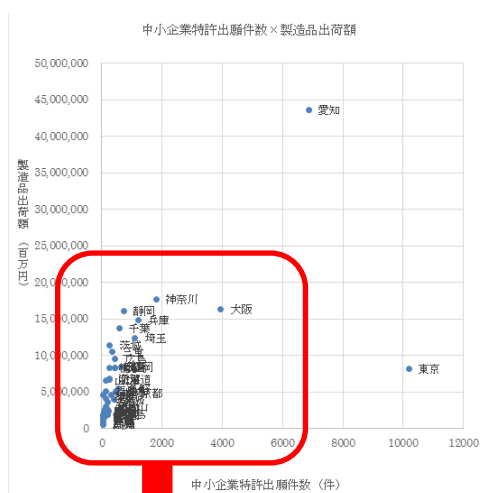
(1) 特許・商標出願件数のグループ分析

① 中小企業特許出願件数×製造品出荷額

特許出願件数の視点から地域産業構造の特徴と製造品出荷額との関係を考察するため、平成 26 年における中小企業の特許出願件数と製造品出荷額を用いてグループ分析した。

分析結果によると、中小企業特許出願件数に対し製造品出荷額が高くなる地域は、大企業（製造業）を中心とした産業活動を展開していることがうかがえる。

一方、中小企業特許出願件数に対し製造品出荷額が低くなる地域は、グローバル・ニッチ・トップ企業を中心とした産業活動を展開しているという特徴がある。

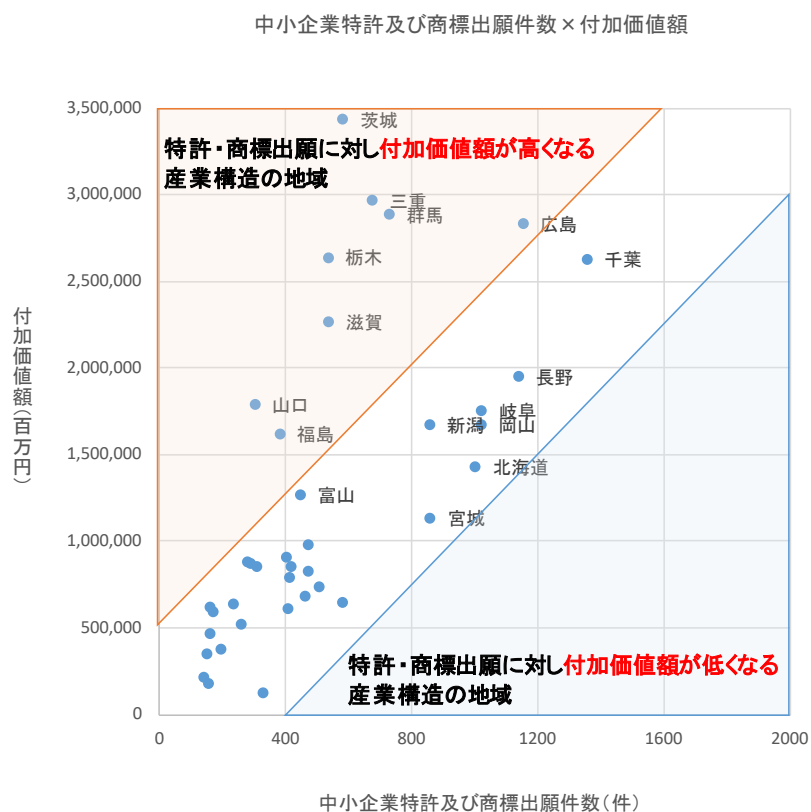
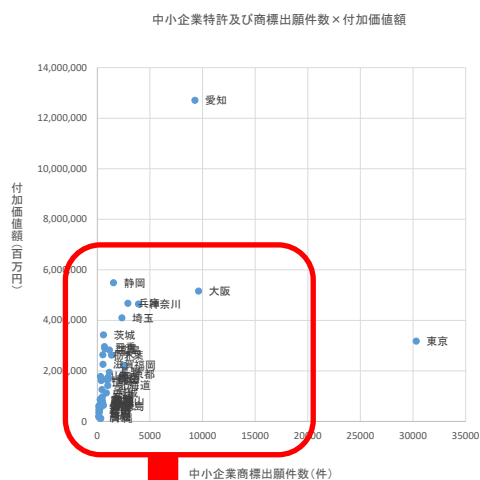


② 中小企業特許・商標出願件数×付加価値額

特許・商標出願件数の視点から地域産業構造の特徴と付加価値額の関係を考えるため、平成 26 年における中小企業の特許及び商標出願件数と付加価値額を用いてグループ分析した。

分析結果によると、中小企業特許及び商標出願件数に対し付加価値額が低くなる産業構造の地域（東京を除く）は存在しないことがいえる。

特許権や商標権の創造・保護・活用を通じて、中小企業の新規事業展開や新技術・新商品開発が促進され、付加価値が高まっている様子がうかがえる。



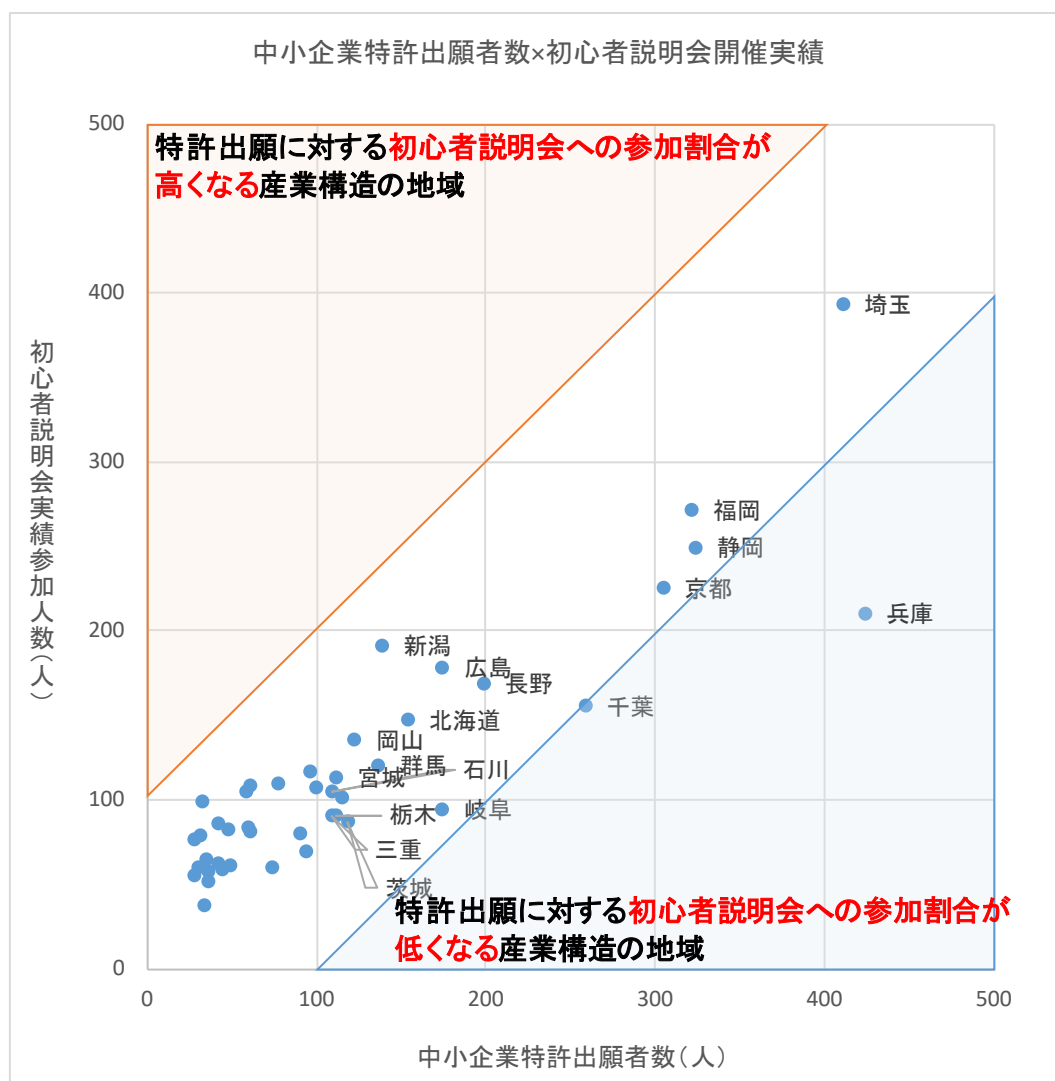
(2) 特許・商標出願者のグループ分析

① 中小企業特許出願者数×初心者説明会参加人数

中小企業特許出願者数と初心者説明会参加人数の関係を考察するため、平成28年の実績値を用いてグループ分析した。

分析結果によると、特許出願者数と初心者説明会参加人数は比例関係にある中で、兵庫県は、特許出願者数に対し初心者説明会への参加割合が低い。

阪神工業地帯や播磨臨海工業地帯といった日本有数の重化学工業の集積地となっている兵庫県は、全国有数の工業県であり、神戸市にはバイオベンチャーや再生医療関連企業など世界市場でグローバルに展開する優良な中小企業が集積している。このような産業構造を有する地域においては、海外企業へのライセンスアウトや海外企業による模倣品対策、海外市場への進出に関する情報を求める傾向が強く、初心者説明会では特許や商標などの知的財産権の基礎的な内容に加え、そのような情報を提供することも重要である。



② 中小企業商標出願者数×初心者説明会実績参加人数

中小企業商標出願者数と初心者説明会参加人数の関係を考察するため、平成28年の実績値を用いてグループ分析した。

分析結果によると、商標出願者に対する初心者説明会への参加割合が高くなる産業構造を有する地域は存在しない。

商標出願者数の増加に繋がる初心者説明会のあり方や内容について検討の余地がある。

中小企業商標出願者数×初心者説明会開催実績

