

第5期中部知的財産戦略推進計画

令和5年3月

中部知的財産戦略本部

目次

骨子 第5期中部知的財産戦略推進計画の考え方.....	1
序.....	4
本編.....	5
1. 中部地域の知的財産等を取り巻く現状.....	5
(1) 知的財産施策に対するニーズや取り組むべき課題の把握.....	5
(2) 知的財産に対する施策の変遷.....	9
(3) 中部地域の知的財産活動.....	15
(4) 第4期推進計画における評価.....	25
(5) 第4期推進計画の推進に関するまとめ.....	29
2. 第5期推進計画の基本的な考え方.....	30
(1) 本計画が目指すべき将来像.....	30
(2) 将来像に向けて考慮すべき現状・課題.....	34
3. 展開する施策・事業.....	36
(1) 施策・事業の全体像.....	36
(2) 3つの段階ごとの施策・事業の概要.....	37
段階1. 知的財産の可能性や重要性を理解した企業が増えている.....	37
段階2. 事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を実践できる企業・連携体が増えている.....	38
段階3. 新たな事業と知的財産の管理・活用を継続して実践できる企業・連携体が増えている.....	40
(3) 重点施策の設定.....	42
4. 計画の推進に当たって.....	45
(1) 施策のモニタリングについて.....	45
(2) 計画全体のモニタリングについて.....	46

骨子 第5期中部知的財産戦略推進計画の考え方

1. 本計画が目指す将来像

10年後(2032年)には、中部地域¹が産業構造変化に対応しながら経済を維持・発展をさせることができることを目的として、「事業環境の変化に対応し、ものづくりなどの事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を継続して実践できる企業・連携体が増えている」ことを地域の将来像とする。

2. 将来像を設定した背景・理由

中部地域の基幹産業である自動車産業においては、CASE・MaaSの進展により構造が変化しようとしている。また、中部地域の産業全体において、DX、カーボンニュートラル、SDGsなどの世界的な潮流への対応が必要になっている。

このような事業環境の変化に対応するために、地域の企業においては、新たな事業展開が必要である。

ここで、新たな事業展開を進める上で以下の2点を実施することが必要であると判断した。

- ・ 企業単独でのビジネスでは競争力を維持・拡大させることが困難であり、共創や協働による事業展開を推進することが必要。
- ・ 事業で得られた知的財産の管理・活用が必要。また、共創・協働等のための保護や秘匿等の知的財産の管理も必要。さらにその取組の継続性も必要。

3. 将来像実現のための課題と方向性

将来像実現のための課題と方向性を、「新たな事業展開の推進」に向けた「共創・協働」及び「知的財産の管理・活用・継続」に分けて検討した。

将来像における項目		現状・課題	方向性
共創・協働		企業の連携の相手、専門家等の見つけ方が分からない	共創や協働の相手先を見つけるための場作り、仕掛けが必要
		共同開発等における契約のトラブル	契約等の情報提供が必要
知財	管理	・ 知財の管理（知財戦略策定など）の手法が分からない ・ スタートアップは特に管理する人材が及びノウハウが不足している	・ 伴走支援による知財戦略策定（知財の管理）の支援が必要 ・ 特許情報等の利用による市場調査が戦略策定に有効
	活用	・ ブランディング・販路開拓等が課題 ・ 海外展開について課題	伴走支援によるブランディング・販路開拓・海外展開の等の支援が必要

¹ 中部経済産業局管内の、愛知県、岐阜県、三重県、富山県、石川県の5県を指す

気づき	<ul style="list-style-type: none"> ・ データ知財の価値やリスクに気づいていない ・ 知財に無関心な企業は多数存在する ・ 企業の主な相談先は支援機関（金融機関等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ データの保護の重要性・活用の可能性の探求・情報発信が必要 ・ 支援機関（金融機関等）による知財の重要性の周知が有効 ・ 知財の重要性の啓発が必要
	知財を担当する人材の不足	外部機関による継続的な支援体制の構築が必要
継続	知財経営のモチベーションの不足	先進的な知財経営を実践する企業のモチベーションの向上が必要
	目的に応じた情報の不足 （海外展開・営業秘密・知財経営の戦略等）	目的に応じた専門的な情報の提供が必要

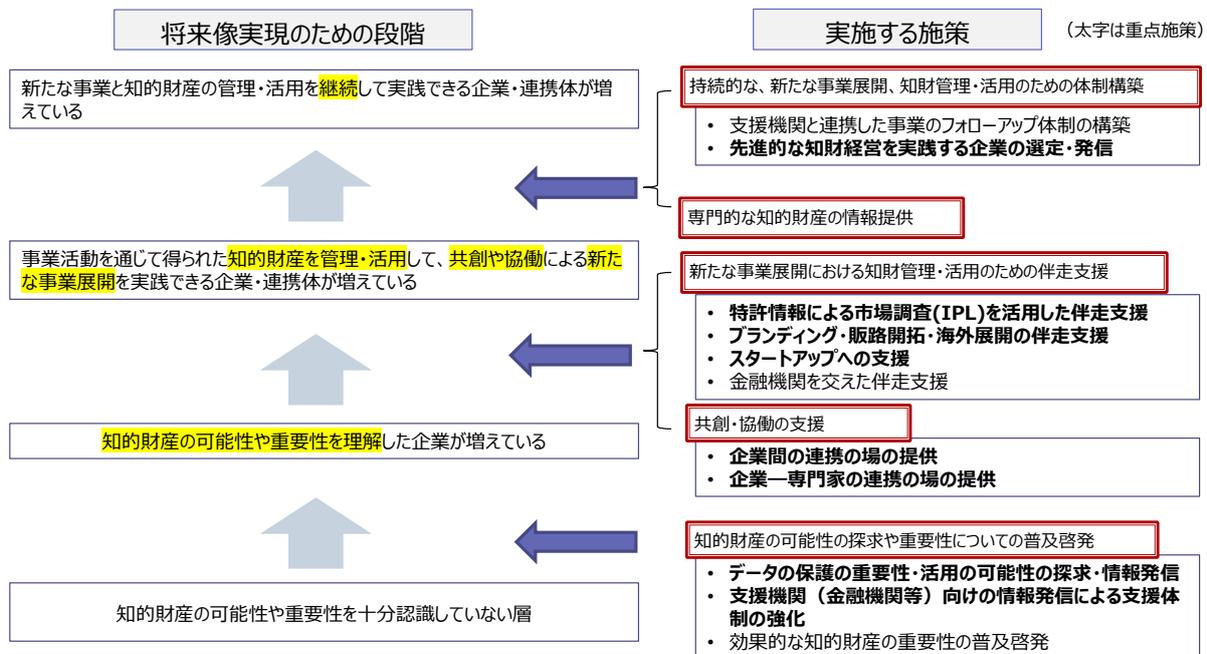
4. 本計画の全体像

将来像実現のために以下の 3 つの段階を、実施する施策にて実現していくこととした。

段階 1 知的財産の可能性や重要性を理解した企業が増えている

段階 2 事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を実践できる企業・連携体が増えている

段階 3 新たな事業と知的財産の管理・活用を継続して実践できる企業・連携体が増えている



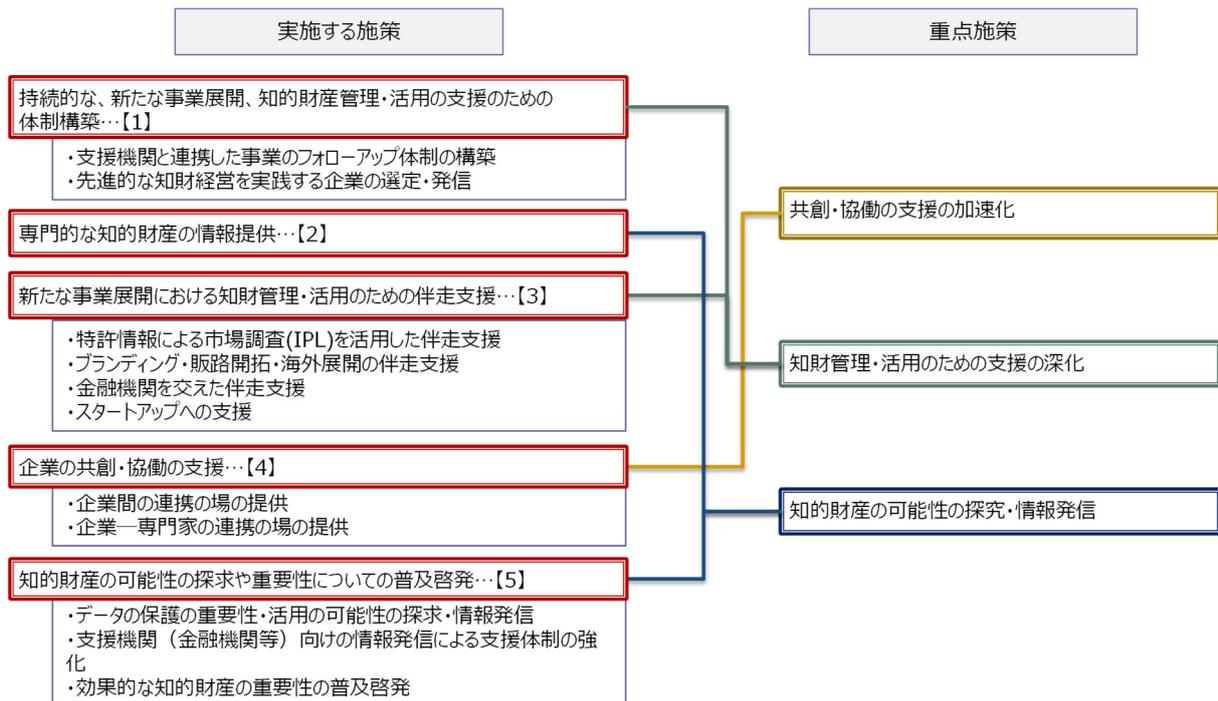
5. 重点施策

上記実施する施策のうち、特に注力する施策を「重点施策」として推進していくこととした。（【】の中の番号は実施する施策と対応している）

（（）内は例示。）

共創・協働の支援の加速化	…【4】
<ul style="list-style-type: none"> ・スタートアップをはじめとする企業間連携の場の提供（知財ビジネスマッチングの実施） ・企業－専門家（デザイナー等）の出会いの場の提供（デザイナーと企業のワークショップの開催） 	
知財管理・活用のための支援の深化	…【1】【3】
<ul style="list-style-type: none"> ・スタートアップの知財戦略の策定支援 ・新事業展開のためのブランド戦略策定の伴走支援 ・海外展開の伴走支援の深化（ゼロなど海外展開事業と連携した海外展開支援） ・先進的な知財経営を実践する企業の選定・発信（選定委員会による事例選定） 	
知的財産の可能性の探究・情報発信	…【2】【5】
<ul style="list-style-type: none"> ・データの保護の重要性・活用の可能性の探求とその情報発信（データ利活用の事例の調査研究） ・支援機関（金融機関等）向けの情報発信による支援体制の強化 	

（参考）実施する施策と重点施策の関係



序

○計画のこれまで

中部知的財産戦略推進計画（以下、「推進計画」という。）は、平成17年9月に中部知的財産戦略本部を設置し、平成18年3月に第1期推進計画を策定して以来、定期的な改定を行ってきた。

平成30年度から運用してきた第4期推進計画では、「戦略的・効果的な周知・啓発」、「先進事例創出につながる支援を提供」、「地域の支援機関・専門家、自治体との連携」の3つを施策の柱に位置付ける施策を展開してきた。

○第4期推進計画の振り返りと新たな計画の必要性

第4期推進計画の期間中において、中部地域の経済や産業は経験したことのない環境変化に遭遇し、多くの中小企業はその対応に尽力することとなった。令和3年度～4年度にかけて実施した、中小企業等に対するアンケート調査やヒアリング調査、有識者へのヒアリング調査により、従来の事業からの転換を目指す企業や、従来の発想にこだわらない柔軟な考え方により新たな事業の展開を目指す企業が増加した現状を把握することができた。

他方、知的財産に対する意識や行動の変化について一定の進展はあるものの、いまだ十分とは言えず、知的財産に対する無関心層はいまだ多く、計画推進により中小企業等の知的財産に対する意識醸成や取組の拡充を促していくことが引き続き求められることがアンケート調査結果などから明らかとなった。

こうした現状を踏まえ、中部知的財産戦略本部では、第4期推進計画を総括するとともに、知的財産に係る各種の施策の動きを捉えた新たな計画の必要性を鑑み、第5期推進計画の策定を進めることとした。

○第5期推進計画の位置付け

第5期推進計画の策定に当たっては、中小企業の知的財産活動に関する知見又は実務経験のある有識者からなる委員会での議論を重ね計画案の作成を行った。委員会では、これまでのフォアキャストによる施策立案による計画策定の手法を採らず、バックキャストを用いた思考法等を活用して、10年後(2032年)のあるべき将来像を設定し、その将来像を実現するために必要な時間を考慮して、令和5年度(2023年度)から5ヶ年の計画を第5期の推進計画の案を作成した。

本計画は、中部知的財産戦略本部及び中部経済産業局が中心となり、関係各機関との密接な連携の下、地域を挙げて取り組むためのよりどころとなるものである。限られた資源を有効に活用し、地域の知的財産の活用・管理の活性化や共創や協働による新たな事業展開を継続して支援するための計画として位置付けられる。

今後は、中部地域における知的財産に関する取組を本計画に基づき推進していく。

本編

1. 中部地域の知的財産等を取り巻く現状

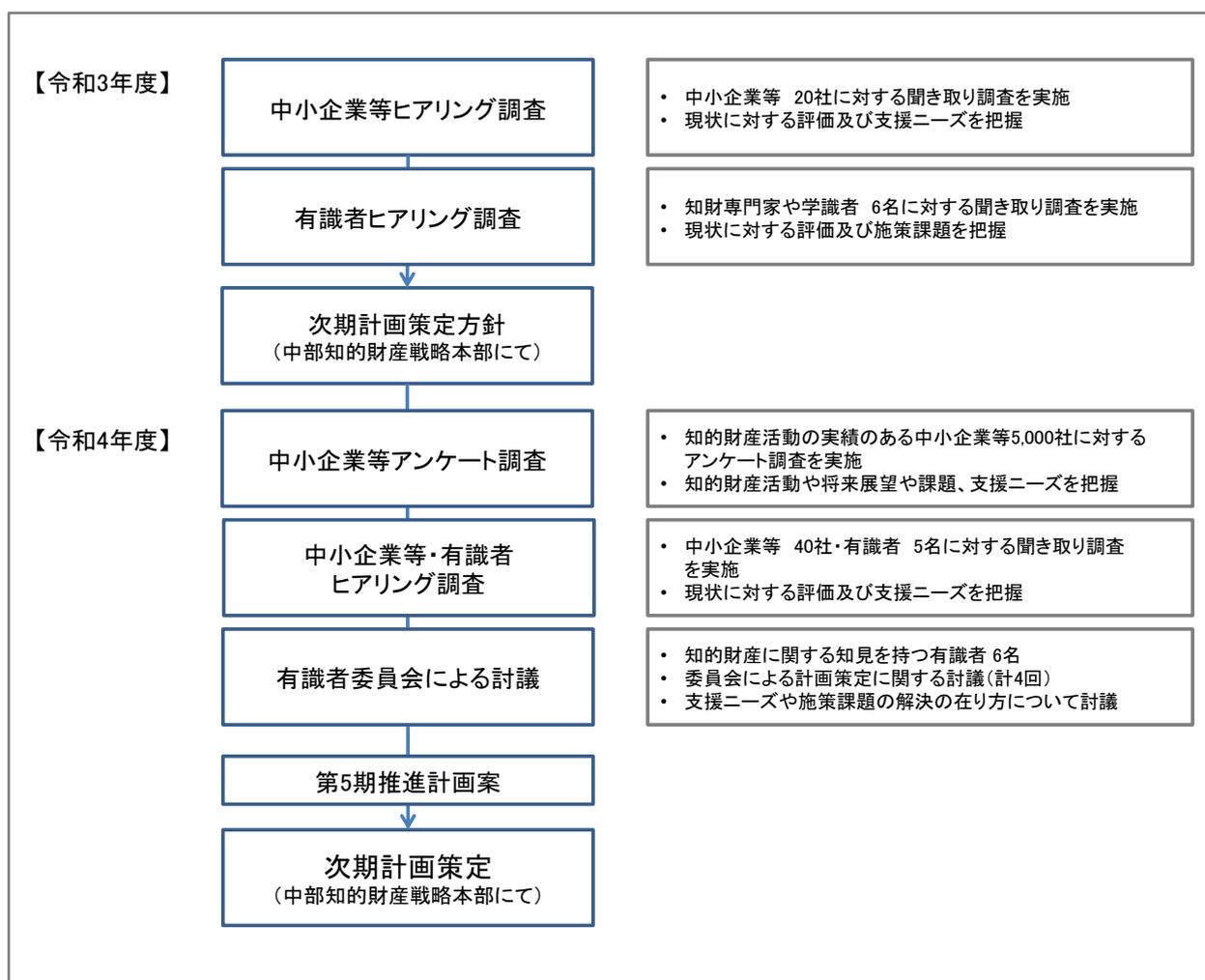
(1) 知的財産施策に対するニーズや取り組むべき課題の把握

中部地域における知的財産施策に対するニーズや今後取り組むべき課題を把握した。

① 計画策定の流れ

計画策定の一連の流れは以下のとおり。

図表 1 計画策定 フロー図



② ヒアリング調査

企業や関係機関及び有識者に対するヒアリング調査を実施し、第4期推進計画が策定された当時以来の経済状況・環境の変化、中部地域の企業による知的財産の活用の現状、10年後の中部地域における知的財産活用状況の将来像及び企業から中部経済産業局に求められる支援施策の把握・検討・分析を行った。

企業等へのヒアリングは、特許庁「知財功労賞」を受賞した中小企業や知的財産権制度を積極的に活用した中小企業等、中部経済産業局のハンズオン支援を受けた中小企業、中部経済産業局の施策（セミナー等）を利用した中小企業、地域未来牽引企業のうち特許を出願していない企業、アンケート調査にて特徴的な取組を行っていることが確認できた中小企業等、中部知的財産戦略本部本部員を対象に60社を選定した。また、有識者へのヒアリングは、知的財産経営、知財人材育成、ブランディング、デザイン思考、知財金融等の専門家や実務者11者を対象とした。

図表2 ヒアリング調査項目

項目	設問内容
①中小企業を取り巻くビジネス及びビジネス環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> この5年間の変化（新製品、新規事業、事業承継、海外進出、技術開発、法規制、社会潮流、人材、外部環境等） 今後5年間に取り組むビジネス及び実施する上での課題 5年後、10年後の自社の姿を想像した際に、到達すべき姿は想像できるか。そのための課題、障壁
②中小企業の知的財産活動	<ul style="list-style-type: none"> 自社の知的財産に対する認識と取組 この5年間の知的財産活動、知的財産活動を取り巻く環境変化、コロナ前後の環境変化 DX、SDGs、サーキュラーエコノミー、自動車の電動化（自動運転）など、社会の大きな変革の波に対して、企業等の知的財産活動はどうあるべきか（考え）
③知的財産施策	<ul style="list-style-type: none"> 中部経済産業局の知的財産施策の利用経験、当該施策についての意見 中部経済産業局以外の知的財産施策の利用経験、当該施策について意見 行政、特に中部経済産業局知的財産室に求める役割、施策 施策情報の収集状況、入手媒体

③ アンケート調査

中部地域の企業による知的財産の活用の現状、10年後の中部地域における知的財産活用状況の将来像及び企業から中部経済産業局に求められる支援施策を把握・検討・分析するための企業ヒアリング調査対象を選出することを目的として、中部5県の中小企業5,000社を対象に以下の内容のアンケートを実施した。回収数は、1,107件（回収率22.1%）であった。

図表3 アンケート調査項目

項目	設問内容
①知的財産の創出・管理について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保有している知的財産の、売上や利益への程度貢献 ・ 知的財産権の出願・登録の目的、当初の目的を達成状況 ・ 知財担当者の有無、知財担当者数 ・ 知的財産を創出・管理する取組 ・ 過去5年以内に活用した外部専門家や支援機関 ・ 過去5年以内の国内又は海外での知的財産に関するトラブル
②知的財産経営について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営層と現場層（経営層を除く社員全体）の意識 ・ 知的財産の経営における位置付け ・ 知的財産活動を進める上での課題 ・ 知的財産活動の5年間での変化 ・ 事業の維持・成長に貢献するものの、対応方法に課題や悩みを抱えている知的財産の取組 ・ トピック別に見る知的財産戦略の重要度 ・ 人材の育成・成長に関する取組の重要度
③知的財産関連施策について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 知的財産活動を進める上で求められる支援施策
④企業概要について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業規模、直近5年の売上傾向、業種

④ 有識者委員会

本事業の進め方、進捗、成果物、第5期推進計画の内容等について審議を行う委員会を設置した。委員会では第5期推進計画の策定に関する討議を中心に以下のとおり開催した。

図表4 有識者委員会開催概要

第1回	令和4年8月2日 15時00分～17時00分	(1) 本事業の趣旨について (2) アンケート調査について (3) 企業等ヒアリングについて (4) 有識者ヒアリングについて (5) 自由討議
第2回	令和4年10月27日 10時00分～12時00分	(1) アンケート調査結果（速報）について (2) ヒアリング調査結果（中間報告）について (3) 委員討議 ①将来ビジョン及び4つのアウトカム（事務局案たたき台）について ②施策の方向性（事務局案たたき台）について
第3回	令和4年12月14日 14時00分～16時00分	(1) 各種調査結果について (2) 委員討議 ①第5期推進計画アウトライン（事務局案たたき台）について ②必要となる施策（事務局案たたき台）について
第4回	令和5年1月24日 15時00分～17時00分	(1) 第5期中部知財戦略推進計画案について (2) 今後の予定について (3) 策定作業を振り返って

【委員名簿】

50音順・敬称略

浅岡 陽介 公益財団法人大阪産業局 おおさかなレッジ・フロンティア推進機構
チーフプランナー
尾鍋 哲也 株式会社尾鍋組 代表取締役
鬼頭 雅弘 国立大学法人東海国立大学機構名古屋大学 学術研究・産学官連携推進本部
知財・技術移転部門 部門長 教授 博士（工学） ☆委員長
瀬崎 恭弘 独立行政法人中小企業基盤整備機構中部本部 企業支援部長
林 敬祐 株式会社名古屋銀行 法人営業部 法人コンサルティンググループ企画役
宮田 誠心 宮田特許事務所 弁理士会北陸会監査役 弁理士

(2) 知的財産に対する施策の変遷

① 我が国の知的財産施策の変化

我が国における知的財産施策は、内閣府、経済産業省（特許庁・INPIT、中小企業庁、中部経済産業局）において総合的に展開されてきた。

○内閣府 知的財産戦略本部 知的財産推進計画 2022²

内閣府知的財産戦略本部では、コロナ後のデジタル・グリーン成長による経済回復戦略を進める中で企業の知的財産・無形資産の投資・活用が鍵であること、米国では企業価値の源泉が無形資産に変わる中、日本ではその貢献度が低いこと、知的財産・無形資産による差別化により、マークアップ率を引き上げることが、成長と分配の好循環のために重要であることを現状分析している。

これを踏まえ、「知的財産推進計画 2022」の方針として、スタートアップ・大学の知財エコシステムの強化、知的財産・無形資産の投資・活用促進メカニズムの強化、標準の戦略的な活用の推進、デジタル社会の実現に向けたデータ流通・利活用環境の整備、デジタル時代のコンテンツ戦略、中小企業/地方（地域）/農林水産業分野の知的財産活用強化、知的財産活用を支える制度・運用・人材基盤の強化、アフターコロナを見据えたクールジャパンの再起動を挙げている。

○特許庁・INPIT³

特許庁では、中小企業・スタートアップ向けの支援施策を展開している。

中小企業支援として、特許庁・INPIT（独立行政法人工業所有権情報・研修館）が実施している知財総合支援窓口、知的財産権制度説明会、特許料等の減免制度等の全般の支援策をはじめとして、海外知的財産プロデューサー派遣、外国出願に要する費用を助成する外国出願補助金、PCT 国際出願に係る手数料の軽減制度等の海外展開支援策の情報を中小企業向けに提供している。

また、スタートアップ向けの支援として、知財アクセラレーションプログラム（IPAS）を実施し、創業期のスタートアップを対象として、知財メンタリングチームを派遣する支援を行っている。

さらに、中小企業の知的財産を活用した事業性を評価し、金融機関からの融資や経営支援につなげるための取組（知財金融）を紹介する知財金融ポータルサイトを公開している。

加えて、特許庁及び INPIT は、令和 2 年 7 月に策定した「第 2 次地域知財活性化行動計画」に基づき、知的財産活用のポテンシャルが高い企業をターゲットに、ハンズオンで事業成長までのフォローアップ支援等を実施している。

² 内閣府知的財産戦略本部ホームページ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/index.html>

³ 特許庁ホームページ「特許行政年次報告書」ほか
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/index.html>

○中小企業庁

中小企業庁では多種多様な支援施策を展開している。知的財産に関するものとしては、「知的財産取引検討会」において、知的財産における取引の問題事例の整理を行うとともに、知的財産取引を適正に推進するための対応策について議論し、これを踏まえ、「知的財産取引に関するガイドライン」⁴を作成している。知的財産に係る取引を行うに当たり注意すべきポイントをまとめたガイドラインと併せて、契約書のひな形を作成・公表している。また、INPIT（独立行政法人工業所有権情報・研修館）が運営するeラーニング提供サイトにて、ガイドライン・契約書ひな形に関する解説をしているeラーニング教材を提供している。

○データに関する指針

「包括的データ戦略⁵」、「プラットフォームにおけるデータ取扱いルールの実装ガイダンス ver1.0⁶」などにおいて、知的財産であるデータは、知恵・価値・競争力の源泉として位置付けられるとともに、個人情報取り扱い等、流通における課題が指摘され、データ取引に関する指針が示されている。

○経済安全保障推進法

「経済施策を一体的に講ずることによる安全保障の確保の推進に関する法律（経済安全保障推進法）⁷」が令和4年5月11日に成立し、同月18日に公布された。

安全保障上機微な発明の特許出願について公開や流出を防止するとともに、安全保障を損なわずに特許法上の権利を得られるようにするため、保全指定をして公開を留保する仕組みや外国出願制限等を措置するとした。安全保障上の観点から特許出願を見送っていた場合などに特許権を得ることができるようになった。

② 中部地域の知的財産推進計画の変遷

平成17年6月、政府の知的財産戦略本部⁸では、「知的財産推進計画2005」において、「地域の官民からなる『地域知財戦略本部』を整備し、地域産業や大学等を活かした地域

⁴ 中小企業庁 知的財産取引検討会「知的財産取引に関するガイドライン」

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/chizai_guideline.html

⁵ デジタル庁 令和3年6月18日策定

https://www.digital.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/63d84bdb-0a7d-479b-8cce-565ed146f03b/02063701/policies_data_strategy_outline_02.pdf

⁶ デジタル庁 令和3年6月18日策定

https://www.digital.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/63d84bdb-0a7d-479b-8cce-565ed146f03b/20220304_policies_data_strategy_outline_01.pdf

⁷ 経済安全保障推進法 https://www.cao.go.jp/keizai_zen_hosho/doc/gaiyo.pdf

⁸ 中部知的財産戦略本部

<https://www.chubu.meti.go.jp/b36tokkyo/sesaku/chitekizaisansenryakuhonbu/chitekizaisansenryakuhonbu.html>

独自の『地域知財戦略推進計画』の策定を推進する」こととした。

これを受け、中部地域においては、中部経済産業局が平成 17 年 9 月に中部知的財産戦略本部を設置し、平成 18 年 3 月に第 1 期推進計画を策定し、当面 3 年程度の基本方針・具体的施策を取りまとめた。

- ・ 知的財産に関し、関係自治体、各種支援機関、大学等がそれぞれの計画の下、各種の取組を展開。計画策定に当たっては、こうした取組や地域の実情を踏まえつつ、地域全体としてより効率的、効果的な取組が実施されることに着目。広域的な視点に立って、中部経済産業局が結節点となって、関係自治体、各種支援機関、大学等と調整・連携して実施・強化すべき施策を策定。
- ・ 「意欲ある中小企業を支援」「踏み込んだ支援」「地域の強みの活用」「連携とネットワーク」を基本方針とした。

平成 21 年 5 月には、第 1 期推進計画期間の成果・課題等を踏まえ、第 2 期推進計画を策定した。

第 2 期推進計画では、第 1 期推進計画の総括を行う中で導き出された様々な問題点を踏まえ、第 1 期推進計画の課題を明らかにするとともに、将来の中部地域の知的財産を取り巻く「あるべき姿（将来像）」を検討し、その実現に向けて、当面 3 年程度の基本方針・具体的施策を取りまとめた。

- ・ 「意欲ある中小企業等への支援」「企業のグローバル化に対応した支援」とこれらの実現に資する地域中小企業の底上げ支援（業種・地域の特性を伸ばす支援、ソフトパワー産業への取組に向けた支援、地域知財戦略を担う人材の育成）により体系を策定。
- ・ 「知的財産で、世界に飛躍する中部」の実現に向けて、これらステークホルダーについても地域の知的財産を支える「担い手」として認識し、将来における「あるべき姿」とその実現に向けた支援についても、企業への支援と併せて講じる。

平成 25 年 3 月には、第 2 期推進計画期間の成果・課題及び当時の経済環境の変化等を踏まえ、第 3 期推進計画を策定した。第 3 期推進計画では、中小企業への実態調査を行い、今後の対応が求められる課題として 5 つの項目を抽出した。この 5 つの課題を解決するために、地域の中小企業等における知的財産経営の段階を「無関心」「気付き」「活用（理解・判断）」及び「発展（継続）」の 4 つの段階に区分し、地域中小企業等がより上位の段階へステップアップできるよう段階に応じた支援を展開した。また、段階に応じた支援を効果的に実施するため、先行事例等の情報を共有しながら、双方向によるコミュニケーションを意識した施策の展開も重要なものと位置付けて取り組んだ。

- ・ 地域の中小企業等における知的財産経営の定着を図るために、中小企業等が抱える様々な課題に応じて、段階的に向上させる支援体系・環境を整備。「段階に応じた知的財産経営の強化（ステップアップ）を支援」と『コミュニケーション型支援』の拡充を掲げた。個別企業等の成長支援と成果の共有に着目。
- ・ 解決すべき課題を5つ掲げ、①「気付き」、②「活用（理解・判断）」、③「発展（継続）」のための支援とする段階に応じた支援を実施し、地域の中小企業等の知的財産経営を着実に定着させることを狙った。

平成30年2月には、第3期推進計画期間の成果・課題及び当時の知的財産経営に関する地域内の取組状況を勘案し、第4期推進計画を策定した。第3期推進計画では、知的財産経営の促進を通じた中部地域の産業活性化を目指し、3つの課題を整理し、その解決のための施策を設定した。重点分野として、第1次地域知財活性化行動計画の「地域の特色を踏まえた目標」と連動させた。具体的には、成長産業・新事業進出に取り組む中小企業・ベンチャー企業の知的財産戦略支援（海外展開支援、デザイン・ブランドの戦略的活用、IoT関連知的財産の保護・活用、職務発明規定整備、営業秘密管理等）、知的財産に関わる人材の育成（企業等内部人材の育成支援、支援人材の育成・活用促進等）、地域ブランド活用支援（地域団体商標の取得・活用等）を位置付けた。

- ・ 「ターゲットの明確化」「ニーズに即したテーマ設定」「支援手法の最適化」の3つに着目。「戦略的・効果的な周知・啓発」、「先進事例創出につながる支援を提供」、「地域の支援機関・専門家、自治体との連携」の3つを施策の柱に位置付け取組を展開。知的財産経営の促進をトリガーに、地域産業の活性化をゴールに設定。
- ・ 中部知的財産戦略本部及び中部経済産業局が中心となり、関係各機関との密接な連携の下、より成果を重視した地域の知的財産戦略とすることを目指した。

③ 中部地域の知的財産に対する取組の変化

国による知的財産施策の展開を受け、地域目線での取組を進められてきた。県や市町村レベルでの施策についても、地域ニーズを捉えた研究がなされ、地域の特性を加味した設計及び実施がなされている。

また、第2次地域知財活性化行動計画では、国全体でモニタリングする「中央 KPI」と都道府県別にモニタリングする「地域 KPI」を設定しており、国と地域が一体となった知的財産施策の実施がなされている。

図表5 各県のKPI（令和2年度～令和4年度の3年間）

<p>愛知県</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知県、中部経済産業局などは連携して、知財経営による企業力の強化を目指す中小企業等の30者以上(累計)に対し、自らの知的財産（技術、ブランド等）を磨き、事業戦略を踏まえた知財戦略（権利化・標準化・秘匿化等）を検討し、効果的にビジネスにおいて活用できるように支援を行う。 ・オープンイノベーションを促進するため、愛知県、中部経済産業局などは連携して、大企業や公設試験研究機関等の知的財産と中小企業の技術等とのマッチングなどにより、中小企業の30者以上(累計)に対して開発力向上や付加価値向上の取組を支援する。 ・知的財産に対する意識を喚起し、新たな事業展開への「気付き」を与えていくために、愛知県、中部経済産業局などは連携し、発明や知的財産についての理解を深めるための講演会、あるいは、知財経営による中小企業力の強化につながるセミナーなどを3回以上(累計)開催し、知的財産に対する認識が低い、あるいは、経営資源が脆弱な中小企業の総合力の強化・底上げにつながる支援を行う。
<p>岐阜県</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・岐阜県では化学・プラスチック・食品などの地域産業において技術力向上や新製品の開発が求められており、岐阜県、中部経済産業局、知財総合支援窓口は連携して、県試験研究機関等と共同で開発を行う中小企業などの15者以上(累計)に対し、知的契約・営業秘密などの知財管理・活用を支援する。 ・オープンイノベーションを推進するため、岐阜県、中部経済産業局などは連携して、大企業と県内企業の技術等とのマッチングなどにより、県内企業8者以上（累計）に対して新製品開発の取組を支援する。 ・岐阜県、中部経済産業局、知財総合支援窓口は連携し、海外市場への展開や国内外への発信に必要な知的財産の導入となるセミナー又はワークショップを3回以上(累計)開催し、中小企業における知財マインドの向上を図る。
<p>三重県</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上、技術開発力向上による競争力の強化や付加価値額の増大を図る県内ものづくり企業など9者以上(累計)に対し、産学官連携などの企業活動における知的財産面での課題抽出を行い、三重県、中部経済産業局、知財総合支援窓口が連携して助言・支援を行う。 ・三重県が地域の多様な魅力（特性）を生かした付加価値の創出のために、伝統産業・地場産業等の振興やプロモーションを通じた中小企業等の支援を取組の方向性と位置付けていることを踏まえ、三重県等が開催する各種商談会・交流会などに参加した企業・団体の6者以上(累計)に対して、三重県、中部経済産業局、知財総合支援窓口が連携して、知財活用による新事業の構築に向けた支援やプロモーション支援などを行う。 ・三重県がオープンイノベーションの促進や産業基盤・ネットワークの強化を取組の方向性と位置付けていることを踏まえ、三重県、中部経済産業局、知財総合支援窓口が主体となり、三重県内の支援機関を対象に、オープンイノベーション等の推進に必要な知財マインドの向上に資する勉強会を3回以上(累計)開催する。

富山県	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中部経済産業局、知財総合支援窓口及び富山県は、富山県新世紀産業機構、よろず支援拠点をはじめとした関係機関、産業団体などとも連携を図りながら、富山県産業の振興に向けた知的財産面からの積極的な支援に努めていくこととし、その一環として、イノベーション型企業への刷新に意欲のある企業や地域ブランドの振興に意欲のある組合など、付加価値の高い商品開発や事業創出に当たって知的財産の積極的な活用に関心のある9者以上(累計)を対象に、知財戦略構築・実行に係る支援を行う。 ・ 知的財産への関心層の裾野を広げるため、中部経済産業局、知財総合支援窓口、富山県は、産業団体等とも連携して、知的財産活用やブランディングなど、知的財産へ関心を持ってもらえるようなテーマで、セミナー又はワークショップを3回以上(累計)開催する。
石川県	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新製品開発による新規需要の創出、国際展開の拡大、次世代産業の創造に向けて、中部経済産業局、知財総合支援窓口、石川県が連携して、知的財産の戦略・体制の構築に取り組む企業9者以上(累計)に対して、ヒアリングを通じて課題を抽出し、各機関の支援ツールの提案も含めて支援することにより、知財経営に取り組む企業の裾野拡大を図る。 ・ ニッチトップ企業の育成や地域資源を活用した商品開発・販路開拓の支援に向けて、中部経済産業局、知財総合支援窓口、石川県で連携して、ブランド・デザイン・知財経営などのセミナーや、知財活用の気付き・ヒントを得るため専門家(弁理士等)と意見交換を行う座談会を3回以上(累計)開催し、県内企業における知的財産の重要性の理解向上を図る。

地域における知的財産活用に対する取組が地域の産業や経済に対して好影響を及ぼしている現状を鑑み、自治体独自の取組を強化する機運も高まっている。第2次地域知財活性化行動計画では、都道府県の産業振興ビジョン等に書かれた目標と連動した取組を推進することとしており、地域目線での知的財産施策が改めて芽吹いている。

(3) 中部地域の知的財産活動

① 知的財産権の出願動向等

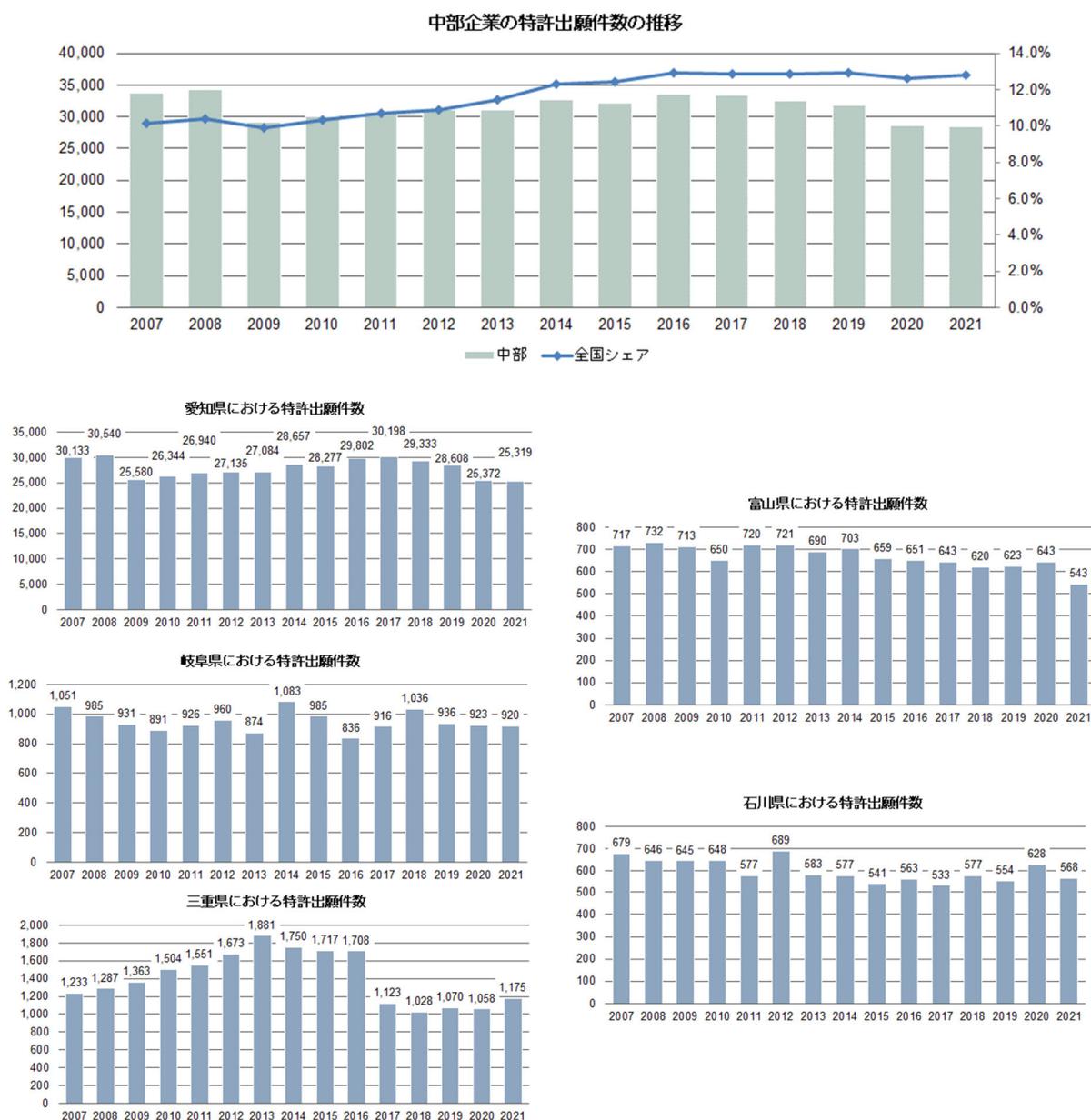
中部地域の過去 15 年間の知的財産権の出願件数及び中部地域の全国比率を整理した。直近数年は新型コロナウイルス感染症の影響下にあったが、特許については件数・全国シェアはいずれも横ばいであり、意匠・商標いずれも件数・全国シェアは拡大している。

(i) 中部地域の出願件数の年次推移

(a) 中部地域の特許出願件数の年次推移

各県に大きな変動は見られない。

図表 6 中部企業の特許出願件数



(出所) 特許行政年次報告書

(b) 中部地域の意匠出願件数の年次推移
 岐阜県、石川県における増加傾向が確認できる。

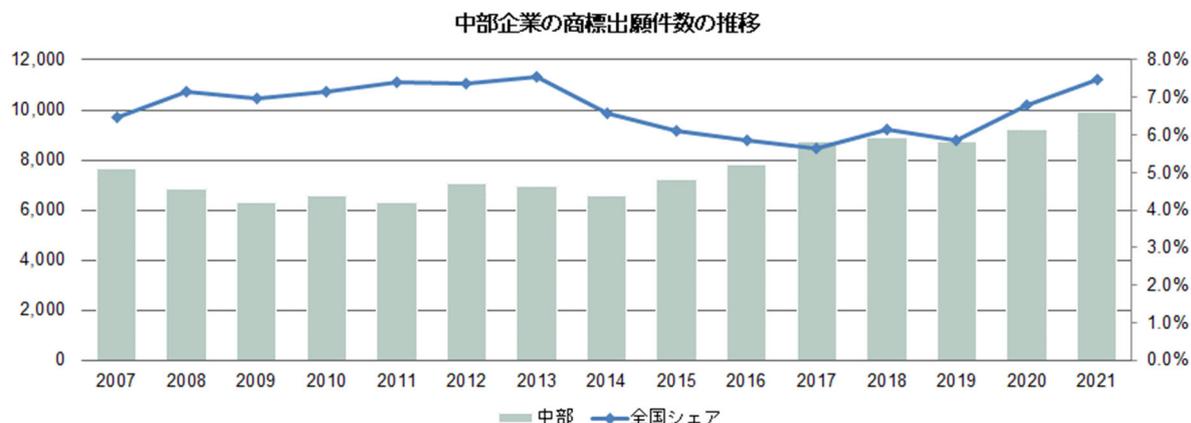
図表 7 中部企業の意匠出願件数



(出所) 特許行政年次報告書

(c) 中部地域の商標出願件数の年次推移
各県に増加傾向が確認できる。

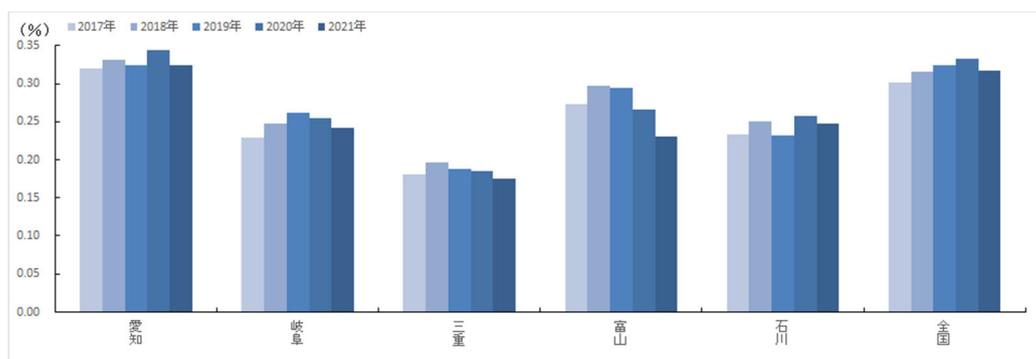
図表8 中部企業の商標出願件数



(出所) 特許行政年次報告書

- (ii) 中部地域各県の中小企業数に対する出願中小企業数の割合
- (a) 中部地域各県の中小企業数に対する特許出願中小企業数の割合
全体はほぼ横ばい。富山は減少傾向が確認できる。

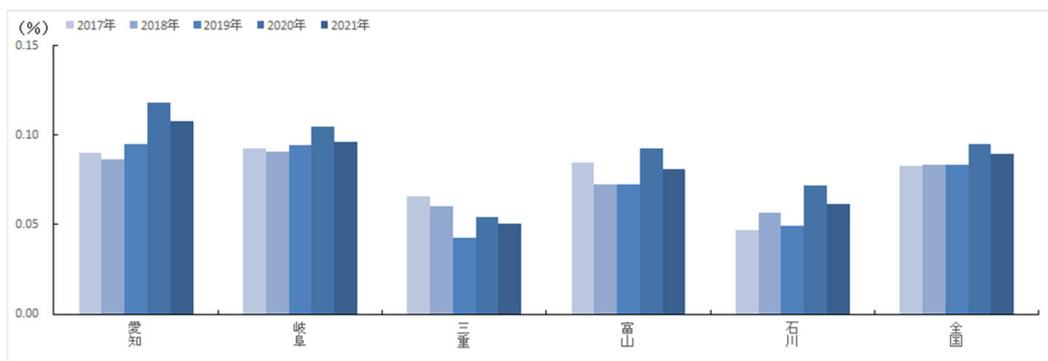
図表 9 中部地域各県の中小企業数に対する特許出願中小企業数の割合（比率）



(出所) 特許行政年次報告書

- (b) 中部地域各県の中小企業数に対する意匠出願中小企業数の割合
富山、三重を除き増加傾向が確認できる。

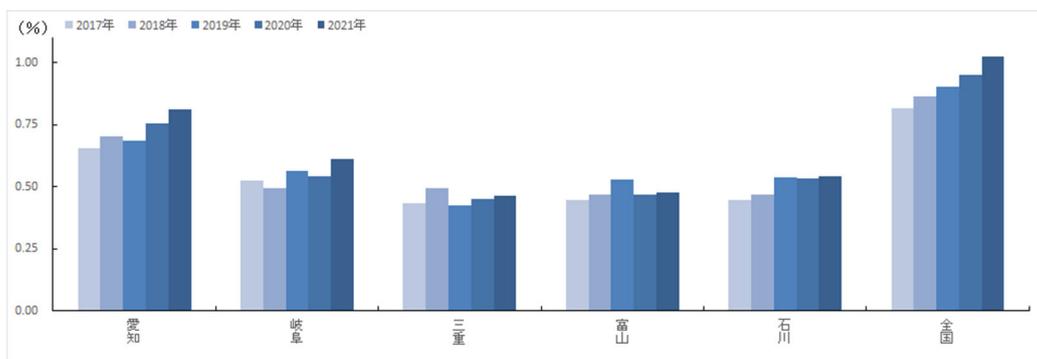
図表 10 中部地域各県の中小企業数に対する意匠出願中小企業数の割合（比率）



(出所) 特許行政年次報告書

- (c) 中部地域各県の中小企業数に対する商標出願中小企業数の割合
各県増加傾向が確認できる。

図表 11 中部地域各県の中小企業数に対する商標出願中小企業数の割合（比率）



(出所) 特許行政年次報告書

(iii) 弁理士の登録人数

弁理士登録人数は三重県を除き増えている。富山県の増加が目立つ。

図表 12 都道府県別弁理士登録人数

各年12月31日現在

事務所所在地	2021	2017	増減		事務所所在地	2021	2017	増減	
北海道	45	44	1	102.3%	京都府	264	239	25	110.5%
青森県	9	8	1	112.5%	大阪府	1,742	1,666	76	104.6%
岩手県	5	3	2	166.7%	兵庫県	309	282	27	109.6%
宮城県	20	24	-4	83.3%	奈良県	50	58	-8	86.2%
秋田県	8	7	1	114.3%	和歌山県	14	11	3	127.3%
山形県	7	6	1	116.7%	鳥取県	4	4	0	100.0%
福島県	10	10	0	100.0%	島根県	4	2	2	200.0%
茨城県	133	138	-5	96.4%	岡山県	31	25	6	124.0%
栃木県	41	35	6	117.1%	広島県	51	44	7	115.9%
群馬県	29	27	2	107.4%	山口県	15	10	5	150.0%
埼玉県	201	197	4	102.0%	徳島県	15	11	4	136.4%
千葉県	232	211	21	110.0%	香川県	13	12	1	108.3%
東京都	6,290	6,108	182	103.0%	愛媛県	16	12	4	133.3%
神奈川県	844	788	56	107.1%	高知県	5	6	-1	83.3%
新潟県	24	25	-1	96.0%	福岡県	116	98	18	118.4%
富山県	24	19	5	126.3%	佐賀県	5	6	-1	83.3%
石川県	19	18	1	105.6%	長崎県	4	6	-2	66.7%
福井県	17	15	2	113.3%	熊本県	15	10	5	150.0%
山梨県	23	19	4	121.1%	大分県	6	6	0	100.0%
長野県	56	62	-6	90.3%	宮崎県	9	9	0	100.0%
岐阜県	62	57	5	108.8%	鹿児島県	9	8	1	112.5%
静岡県	94	79	15	119.0%	沖縄県	8	6	2	133.3%
愛知県	590	576	14	102.4%	国外	101	106	-5	95.3%
三重県	25	25	0	100.0%	計	11,696	11,217	479	104.3%
滋賀県	82	79	3	103.8%					

(出所) 特許行政年次報告書

② 企業等・有識者へのヒアリング調査結果より

<ヒアリング調査結果を踏まえた分析>

調査結果を基に、地域における知的財産に対する現状を分析した。

経営者の意識の変化や行動の変容は進んでいること、新たな事業を生み出そうとする意識が強まっていること、そのための共創・協働について関心の高いことが確認できた。あわせて、知的財産を経営戦略に内包させて戦略的に運用させていくことを改めて強く認識し直し、知的財産活動を進めていく意識面の強化が図られていることも確認できた。

他方、未認知層や無関心層が存在することも現状であり、こうした層への意識付けの対策として、「知的財産」から入るのではなく「ビジョン」、「マーケティング」など企業になじみの深いキーワードから入るアプローチを採用することや、「知的財産」を目的ではなく手段として捉え、自社の事業戦略に内包させる考え方を発信することが課題であることも確認できた。また、知的財産施策に対するニーズは、企業活動の多様化に連動していることや求められる知財支援人材も多様化に応えるべく対応が必要となっていることも確認できた。

これらを踏まえ、第5期推進計画において求められる観点を有識者委員会でも討議し整理した。

図表 13 ヒアリング調査から得た示唆（有識者委員会での議論より）

<p>1. 経営者の意識の変化や行動の変容は進んでいる</p>	<ul style="list-style-type: none">・ この5年間の変化について、コロナウイルス感染症が大小様々な影響を及ぼしたことが確認された。影響が大きいと回答する企業とそうではない企業が同程度存在し、業種やビジネスモデルの相違により影響に幅があることが分かった。・ 他方、コロナ禍を経験して変化への対応を行い「着実な成長」や「業績の回復」を実現させた企業が見られた。社会状況の変化・変容に対応させる必要性を捉え「市場環境の変化への迅速な対応」を図ったり、「人的資源の確保や知見・ノウハウの継承」に取り組んだり、「体制改編による機能強化」に取り組んだ企業等が見られた。・ 経営課題に対する対応について、出口（市場）を意識した技術開発に取り組む企業や、社会課題をキーワードとした事業展開に着手する企業、自社ブランドによる事業展開を目指す企業などが見られ、そうした経営判断を下した経営者において、『変化への対応』が経営上の課題として上位にあり、意識の変化や行動の変容の動機になったと捉えることができた。
---------------------------------	---

<p>2. 新たな事業を生み出す意識がより強まっている</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ SDGs は時代のニーズであり、共通的な取組課題であると回答した企業等が確認できた。また、DX 対応について着手し、変革に対応させる企業も存在する。 ・ 出口（市場）を意識した技術開発に取り組む企業や、社会課題をキーワードとした事業展開に着手する企業、自社ブランドによる事業展開を目指す企業において、従来のビジネスとは異なる市場や課題領域を対象に取組に着手したり、新たな連携先を探索したり、外部資源を有効活用した事業展開を模索したりするなど「新事業」に対する意識の高さを企業等から確認することができた。 ・ 「新事業」に取り組むに当たり、自社の強みを現す技術や知的財産に改めて目を向け、それらを着実に継承させつつ、新たな事業領域への展開を目指す企業が見られた。他方、そのための人材や体制を拡充させていく必要性を指摘する企業も存在する。 ・ 新たな事業に取り組むに当たり、（広義の）知的財産に対して目を向ける機会を得た企業が確認できた。 ・ なお、こうした意識の変化は限定的であるとの声もあり、自社のビジョンや戦略・戦術を明確にさせ、新たな事業に取り組む動きを創出、拡大させるような後押しが必要との指摘もあった。
<p>3. 共創・協働の関心は高い</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 他社との連携、共創・協働による自社の競争優位性を確保するためにも知的財産が不可欠であるとの認識を強めた企業が存在する。 ・ 市場・顧客ニーズ及び社会課題解決を目指すに当たり、自社単独での事業展開では不十分であり、M&A や他者との連携の積極的な実施により競争力拡大を目指すことを重視する（又は課題として指摘する）企業が見られた。 ・ 他社との連携を契機に自社の知的財産の位置付けを再確認したり、他社からの評価において知的財産が有効に機能していることを再認識したり、BtoB ブランディング（企業ブランディングや技術ブランディング）を進めたりする企業も見られた。また、こうした取組は技術力に優れた中部地域のものづくり企業の多くに適用できるものであり、経営戦略の見直しと併せて知的財産戦略を見直す観点を持ってもらうことが重要との指摘もあった。 ・ 他社との共創・協働を進めるに当たり、営業秘密に対する意識を高めることに注力した企業も存在する。また、連携

	<p>先の拡がりに対して（大企業との連携が始まったなど）、これまでの知的財産に対する対応を見直す必要性を実感した企業も見られるなど、自社の知的財産に対する対応方針を変更させた企業も見られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> • また、こうした企業が増えていることをより多くの中小企業に知らしめることが重要となるとの指摘もあった。
<p>4. 「知的財産」から入るのではなく「ビジョン」、「マーケティング」など企業になじみの深いキーワードから入るアプローチが有効</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 知的財産は共創・協働を進める際の基盤となるものであること、知的財産情報は顧客、競合他社、自社を知るツールとなると理解して活用することの重要性が指摘された。その一方で、ビジョンや将来像、それらの実現に向けた戦略や戦術が不明瞭なままでは思うような成果に到達できないとの指摘を企業・有識者問わず得た。 • 将来のなりたい姿（下請からの脱却、サービス企業への転換など）に向けビジョンや事業方針を明確にすることと併せて、知的財産をどのように活用していくかを明確に定義して取り組んでいくことが不可欠であるとの声があった。 • 他方、知的財産に対する無関心層は少なくないとの指摘も見られた。こうした無意識・無関心の企業は多くそれらの層への対応は継続が必要であり、情報発信が着実に実施され、施策情報が必要とする方に届いていることが重要であり、支援を受けた企業や専門家による口コミ紹介を行ったり、支援事例を中小企業が理解できる内容に落とし込み普及啓発を行ったりすることが必要との声を得た。
<p>5. 「知的財産」を目的ではなく手段として捉え、自社の事業戦略に内包させる考え方を発信する</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 知的財産を攻めの経営に活かしたいという声に対し、その実現に向けた知的財産戦略の見直しを図り、知的財産経営の水準を高めたいとする企業が存在する。これらの企業は知的財産を手段として捉え、ビジョンや事業目標の実現において最大限活用することを意識しており、そうしたアプローチを採用する企業を増やすべく情報発信をしていくことが重要との声があった。 • また、他社との連携や共創・協働に取り組む場合、海外展開を目指す場合などにおいても、知的財産を重視する経営が不可欠であるとの声があった。知的財産を手段として捉え、適切な経営判断を下していくことが重要との声を得た。

	<ul style="list-style-type: none"> また、これまで知的財産経営を実践してきたとされる企業の多くは専門家の活用を効果的に実施してきた。こうした現状を知らしめることが重要との声を得た。
<p>6. 知的財産施策に対するニーズは多様化している。求められる知財支援人材も同様である</p>	<ul style="list-style-type: none"> 知的財産に対する認識は着実に進んでいると評する声を得た。他方、企業等による知的財産の関心は拡がり、多様になっているとの指摘もあった。 企業等に対する気付きを与える機会のみならず、自ら考え行動できるように促す機会に対するニーズを複数の企業から得た。 知財専門家に対する期待も大きいことが確認できた。また、社内の知財人材育成についても関心を寄せる企業が存在する。こうした人材面に目を向けることも重要との声を得た。 また、中小企業等を支援する側の知的財産に対する理解や意識を高めることも重要と指摘された。これは、大学や支援機関を問わず該当するものであり、そうした現状を捉えた手立てについて地域を挙げて取り組んでいくことが重要との指摘を得た。

③ アンケート調査結果より

アンケート調査を通じ、中部地域の中小企業等における知的財産の活用の現状、今後求められる支援施策を把握した。知的財産に対する意識面について、多くの回答企業において、知的財産に対する関心の高さやその活用の利点に対する理解、今後の取組意向についても確認ができた。

知的財産に対する意識や活用の現状として、停滞している現状が確認できた。例えば、経営層や現場層における知的財産に対する意識や活動に大きな進展は確認できなかった。また、知的財産の売上や利益の貢献について認識はできているが進展までは確認できなかった。

他方、知的財産に関連する活動について「ブランディング」「公正取引」「デザイン」に対する取組の重要度が理解されていることや、「外部専門家の活用」や「大学等との共同研究」といった他者との連携（共創・協働）に対する要望が強いことが確認できた。また、知的財産に対する課題としては、情報や知識の不足、活用・管理できる人材の不足、知的財産創出のための時間確保を課題に挙げる回答者が多く、これまでの傾向が継続している現状が確認できた。

なお、調査対象は知的財産関心層であったことから、中部地域の企業意識全体を捉えたものではなく、無関心層の多くは知的財産に対する活用可能性や対応の重要性に気付いていないと捉えるべきであるという問題点も改めて確認できた（ヒアリング結果や有識者委員会での議論より）。

④ 知的財産関連施策の整理より

中部地域の知的財産施策の現状について全国・地域それぞれの目線での取組を整理した。知的財産に対する注目が高まる中、幅広い施策が全国規模で展開されている。なかでも、自治体における知的財産に対する対応は、地域知財活性化行動計画の運用もあり着実に進展しており、地域における知的財産意識の高まりが確認できた。また、スタートアップに対する支援において、独自の方針をもって個別に施策を立案し実践する動きも活発化していることが確認できた。

他方、自治体により、知的財産に対する理解や具体的な活動内容に差異があることも事実であり、地域の実情を踏まえつつ、優れた取組を横展開するなど、中部地域全体としての知的財産関連施策の充実化を図ることも必要となる。

(4) 第4期推進計画における評価

第4期推進計画では、「戦略的・効果的な周知・啓発」、「先進事例創出につながる支援を提供」、「地域の支援機関・専門家、自治体との連携」の3つを施策の柱に位置付けた。それらの成果と課題は以下のとおりである。

① 戦略的・効果的な周知・啓発

中小企業等に対し、産業分野、知的財産経営の段階、知識の水準、専門性、地域の特性等に応じたテーマを設定したセミナー、ワークショップ等を、開催規模や内容を柔軟に設定して開催するなど、多様なニーズに合わせてカスタマイズした知識習得機会を提供するとした。

結果	産業分野、知的財産経営の段階、知識の水準、専門性、地域の特性に等に応じたセミナーを35件以上実施し、延べ2,300人以上の参加があった。 【具体例】 <ul style="list-style-type: none">・ 巡回特許庁及びつながる特許庁（特許庁と共催）・ 知的財産経営の導入・定着講座・ 各自治体におけるニーズに応じたテーマのセミナー・ワークショップ
成果	<ul style="list-style-type: none">・ ターゲットを絞った普及啓発という点で一定の成果を上げた。・ セミナー受講をきっかけに、他の施策利用につながる者も一定比率見られ、知的財産活動を継続させることを誘引できた。
課題	<ul style="list-style-type: none">・ 知的財産の重要性に気付いていない層も一定数存在することも明らかになった。このような状況を踏まえると、引き続き、普及啓発を図ることは必要であることが確認できた。・ 知的財産が自分事として捉えづらいものであり、いまだ情報が行き届いていないという課題が明らかになった。・ このような状況を踏まえ、知的財産が経営におけるツールの一つであることを打ち出してアプローチをする、また、実際の知的財産に係る施策を経験した者による情報発信を行うなど、情報提供の手段についての工夫が必要であることが示された。・ 周知・啓発テーマについては、知的財産を経営に取り込んでいる企業の事例、契約、オープン・クローズなどの知的財産戦略、ノウハウ、海外、デジタル、デザイン等、要望は多様化しており、これら

	<p>の要望に対応できるよう、今後も周知・啓発活動を継続することが求められる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ さらに、時代の変化に合わせ、セミナーの開催手法については、配信や中継、アーカイブ化などの手法を組み合わせ、アクセスの容易化を図ることが課題として示された。
--	---

② 先進事例につながる支援を提供する

知的財産経営を目指す中小企業等に対し、経験豊富な専門家による支援チームを組成し、知的財産を活用した経営課題の解決に資する取組を、支援する側から提案し、支援対象企業に寄り添いつつ改善や成長を促していく支援手法を採用した。

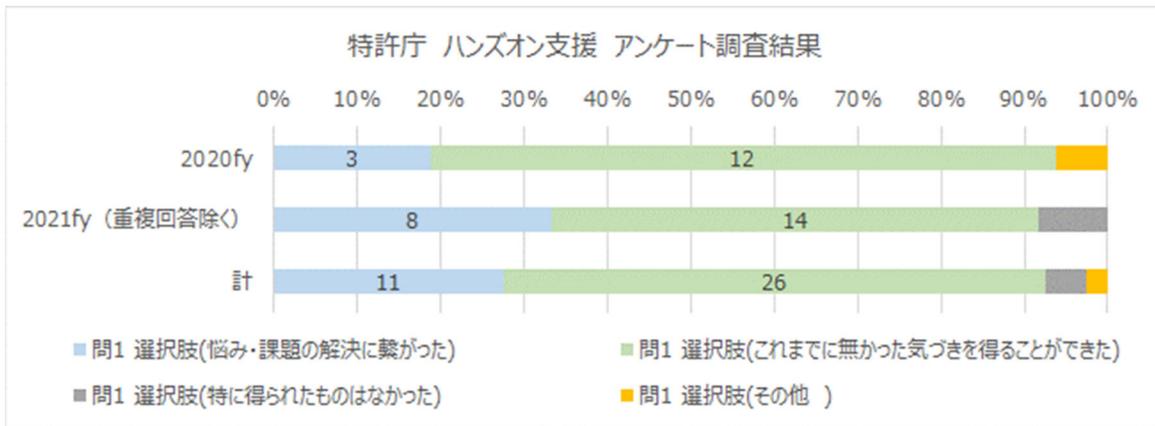
結果	<p>「知的財産経営ハンズオン支援調査事業」として38件（応募総数84社）、「デザイン経営・ブランディング支援事業」として10件、「東海版IPAS実証・普及啓発事業」等として8件の伴走型支援を行った。</p> <p>【具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 知的財産経営ハンズオン支援事業 ・ デザイン経営・ブランディング支援事業 ・ 東海版 IPAS 実証・普及啓発事業
成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 幅広い業種に対する知的財産面・経営面の支援が実施され、抱えている課題の解決や新たな事業展開を目指す企業における事業活動の前進につながった（ハンズオン支援対象企業へのアンケート結果より）。 ・ 支援企業の中には、知的財産に対する意識醸成が進み、経営・事業と知的財産の関連性の理解が深まり、知的財産の活用や管理の重要性を理解するに至った企業も現れた。 ・ 知的財産経営ハンズオン支援調査事業においては、支援終了後に、継続した支援を可能とする施策（知財総合支援窓口による支援やINPIT重点支援（加速的支援）の活用）を提案し、3社がINPIT重点支援（加速的支援）の採択に至った。 ・ 東海版 IPAS 実証・普及啓発事業においては、特許庁で実施しているIPASへ、支援企業のうち3社が応募し、1社が採択に至った。
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施した支援は1社3回程度の支援内容であり、企業にとってその後の進捗に応じた新たな課題に対しては自立による対応が必要となること、あるいはより深い課題の解決に至らなかった例があった。

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 支援後のフォローアップがなされていないことから、その後の事業の進捗や、成果を広く周知できる先進事例の創出についての確認作業ができていない。 ・ 対象とした企業の多くは既存事業に関する課題解決が中心であり、スタートアップ等の新規事業創出に係る多様なニーズに応えるものではなかった。 ・ 事例の創出が他の企業に波及しているかは不透明であり、成果の積極的な情報発信が課題である。 ・ 特にスタートアップについては、ビジネスプランを実行する上での知財戦略の重要性についての普及啓発が不足している。また、当地域にはスタートアップのコンサルティングができる知財専門家が少ない。
--	---

(参考) 特許庁ハンズオン支援 支援対象企業向けアンケート調査の結果

中部管内の企業におけるハンズオン支援への評価は高く、多くの企業において課題解決や気づきの獲得につながっている。

図表 14 特許庁ハンズオン支援 支援対象企業向けアンケート調査結果



③ 地域の支援機関・専門家、自治体との連携

支援機関や自治体等のネットワークを連動させて周知・啓発や個別企業向けの支援を実施できるよう、地域の支援機関や関係機関がつながる仕組みの構築を目指した。各支援機関において、企業を知的財産の専門機関・人材につなぐ意識を向上させることを図った。

結果	各自治体、支援機関等と共催によるセミナー等の催事を企画・開催した。
----	-----------------------------------

	<p>【具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各自治体、支援機関等と協同して実施したセミナー（連携により事業等を実施した支援機関・自治体等 32 者） ・ 知財ビジネスマッチング in 東海の開催 ・ デザインコレクティブ東海カンファレンスの開催 ・ 第 2 次地域知財活性化行動計画に基づく地域の特色を踏まえた目標（地域目標）に向けた連携会議や、各県での取組を共有する連絡会議を実施
成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上記施策により、自治体、INPIT、日本弁理士会、日本知的財産仲裁センター、支援機関と中部経済産業局との連携が進んだ。
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 金融機関、弁護士会、商工会議所等、連携の進んでいない機関も多数ある。今後は、連携の進んだ機関と引き続き連携していくことに加え、これらの機関との連携を進めていくことが重要となる。

(5) 第4期推進計画の推進に関するまとめ

第4期推進計画により、中部地域産業の活性化を目指すとした当初想定した成果を一定程度獲得することができたと考える。しかし、知的財産に対する無関心層はいまだ多く、裾野を拡げる取組を継続させる必要性が指摘されている。

また、知的財産の成果は即座に現れてくるものではなく、企業等による知的財産活動の継続性を確保することも重要なことから、施策を活用した企業等に対する継続した支援を実施していくことが重要との声も多く寄せられた。

そこで、事業環境面の変化を捉え、新たな発想や観点に立ち、中部地域産業の活性化を目指すための知的財産施策を推進していくことが不可欠と考える。

2. 第5期推進計画の基本的な考え方

本計画の策定に当たっては、バックキャストを用いた思考法等を活用して、10年後(2032年)のあるべき将来像を設定し、その将来像を実現するために必要な時間を考慮して、令和5年度(2023年度)から5ヶ年の計画を第5期の推進計画として設定することとした。

(1) 本計画が目指すべき将来像

10年後(2032年)の将来像は、中部地域が、産業構造変化に対応しながら経済を維持・発展をさせることができることを目的として、以下のとおり設定した。

「事業環境の変化に対応し、ものづくりなどの事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を継続して実践できる企業・連携体が増えている」こと

<第5期推進計画における用語の定義>

- ・「ものづくりなどの事業活動」・・・ものづくりも含め、事業活動全体を指す
- ・「知的財産」・・・特許、意匠、商標などの産業財産権、著作権等を含む知的財産権、技術アイデア、デザイン、ロゴ、ネーミング、ブランド、データ、コンテンツ、ノウハウ、営業秘密といった権利化されていない無形資産を総称する
- ・「知的財産の管理・活用」
 - ＞ 知的財産の活用・・・事業で得られた知的財産を生かすこと
(知的財産権のライセンス、ブランド力の創出・それを利用した販売なども含む。)
 - ＞ 知的財産の管理・・・知的財産権の取得・維持・放棄に関する管理
秘密情報(データ、ノウハウなどを含む)の管理
契約による持ち分、義務などの確認 など
- ・「共創」・・・異なる立場や業種の人・団体が協力して、新たな商品・サービスや価値観などを創り出すこと
- ・「協働」・・・複数の主体が、何らかの目標を共有し、共に力を合わせて収益活動を行うこと
- ・「事業展開」・・・共通の目標や利益を目指し、付加価値のある活動を行うこと
- ・「連携体」・・・単独ではなく、目標や利益を共有する2以上の企業等の連携からなる集合体を指す

<新たな事業展開の例>

- 新たな事業を展開する製造業のイメージ
- 新たな事業形態を構築するサービス業のイメージ
- 新たな事業を展開する連携体のイメージ

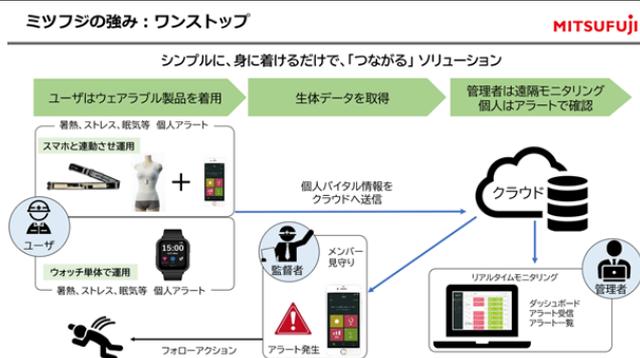
新たな事業を展開する製造業のイメージ



- ・ 石川鑄造株式会社は、自動車部品の製造から、水道部品の製造等、アルミ溶解用鑄鉄るつぼ、ラドル等の製品作りに取り組んできた。しかしながら、主力商品であるアルミ溶解用鑄鉄るつぼ・ラドルの売上げが、ピーク時に比べ現在は1/3以下になった。更に、車の電動化が進むことで、エンジンに多く使われているアルミ部品が減少することに危機感を持った。
- ・ 新しい事業の柱を作りたいとの思いから、自社製品であるフライパンの開発を開始。「お肉がおいしく焼ける」を売りに、あえて厚みを持たせたこの「重い」フライパンを「おもいのフライパン」として商品化を行った。

参考：中部経済産業局「ものづくりプロが創る逸品応援サイト」<https://www.chubu.meti.go.jp/c31seizo/monopro/>より

新たな事業を展開する製造業のイメージ



- ・ ミツフジ株式会社は西陣織工場として創業後、導電性ネットテープなどを製造するものづくり企業であった。
- ・ 導電性を備えた銀メッキ繊維を採用した着衣型ウェアラブルデバイス及びベルト型ウェアラブルデバイスと、Bluetooth を内蔵した着脱式トランスミッターとを組み合わせユーザーの生体データを取得し、トランスミッターからスマートフォン、専用アプリに転送しつつクラウドで解析するまでのソリューションの提供を開始した。令和4年から、着用者本人の暑熱リスクやストレスなどの健康状態が可視化できるだけでなく、管理者による一元管理も可能な、LTE 通信機能を搭載したスマートウォッチ型デバイスを発表した。

参考：中国経済産業局「サービス・ドミナント・ロジック事業化事例集」

https://www.chugoku.meti.go.jp/topics/automobile/pdf/190402_all.pdf より

新たな事業形態を構築するサービス業のイメージ



- ・ 有限会社ゑびやは、伊勢の地元の食材を使った料理を提供する食堂やオンライン商店、屋台、教育事業の4業態を運営している。POS レジの導入を契機に段階的にDX を実装させ、事業形態を変化させる中で蓄積したデータを経営に活かしてきた。経営陣のみならず、全社員・アルバイトがデータを確認しながら業務を行っており、売上高7年で5倍、客単価7年で3倍、来客予測的中率9割超、残業時間ゼロなどを実現させている。
- ・ ゑびやでの取組を全国の飲食店やサービス業全般に広げるために、サービス業向けクラウドサービスの開発・販売・サポートを行う株式会社EBILAB を新規に立ち上げるに至った。

参考：ゑびやホームページ <https://www.ise-ebiya.com/> 及び EBILAB ホームページ <https://ebilab.jp/> より

新たな事業を展開する連携体のイメージ



- ・ 農産物の非破壊画像分析によって野菜等の「おいしさ」を構成する成分を測定しAI技術を用いて判定、消費者等に品質情報を提供する技術の開発及びサービスを事業化。野菜果物以外に茶葉への適用も進める。
- ・ 画像情報で「おいしさ」を推測し伝達する技術は、マクタアメニティ社と山形大学が平成21年から共同研究を行い株式会社SJC他との協働によるICTシステム開発を経て確立（特許取得済み）。同社の「おいしさの見える化技術」をコア技術とした、積極的なオープンイノベーションの推進（オープンイノベーション戦略）とDXによる国内外の社会課題の解決を目指す。

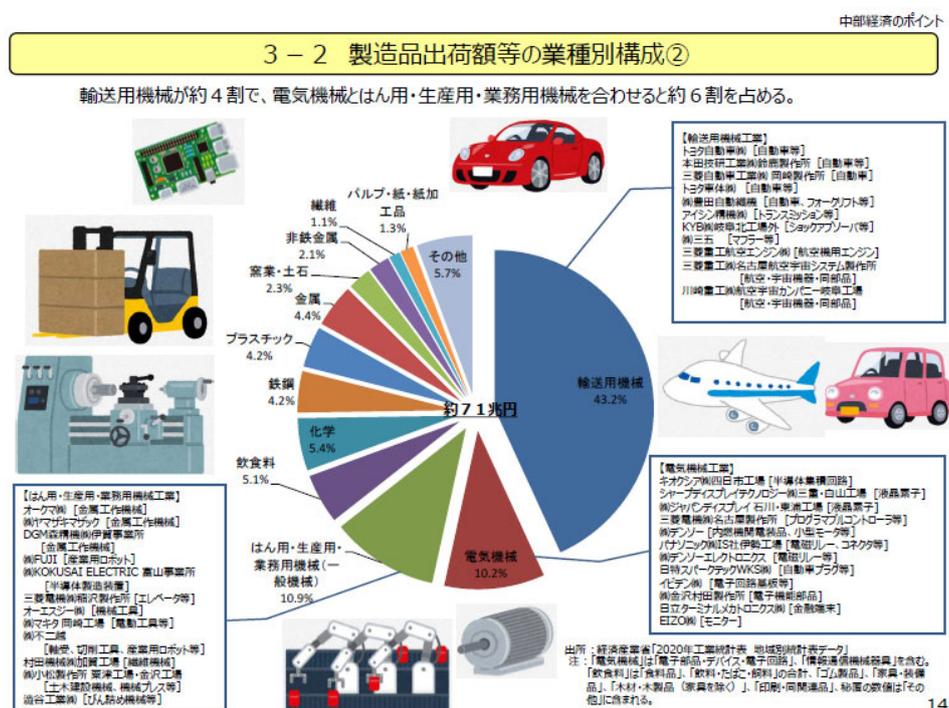
出典：マクタアメニティ株式会社ホームページ <http://makuta-amenity.com/> をもとに整理

<将来像を設定した理由・背景>

中部地域は、ものづくり企業が集積する我が国の産業を牽引する地域として発展をしてきた。自動車産業を中心とした緊密な連携が見られる産業構造となっているが、DX、カーボンニュートラル、SDGs などの世界的な潮流への対応や、CASE・MaaS による部品調達の変化やコロナウイルス感染症による航空機産業への打撃といった個別分野における事業環境の変化への対応など、産業構造が変化し、中部地域の基幹産業の置かれている現状は厳しいものがある。

こうした中、社会の大きな変革の波に対して、柔軟かつ大胆に変化・変容させていくためには、企業においては、従来の事業において蓄積してきた技術やノウハウを新たな事業分野で応用することや、自社の強みを活かしビジネスモデルを変化させて新たな収益の柱である事業を創出することなど、新たな事業展開が必要であり、政府においてはこうした取組を促進していくことが必要である。有識者ヒアリングでは、従来の事業やビジネスモデルからの転換を目指す企業が増えていること、新たな事業に挑戦しようとする企業とそうでない企業との二極化が進んでいることが指摘された。さらに、新規事業を創出するために、中部地域におけるスタートアップ企業の創出・成長を促すことも重要である。

図表 15 中部地域の産業特性（製造品出荷額等の業種別構成）



（出所）中部経済産業局 総務企画部企画調査課「中部経済のポイント2021」より

ここで、新たな事業領域を創出するためには、企業単独でのビジネスでは競争力を維持・拡大させることが困難であり、他者との連携が不可欠であるとの指摘があり、企業間の連携、あるいは企業と専門家との連携などの共創や協働による事業展開を推進することも重

要である。

また、新たな事業を展開するためには、競争力の優位性を保つため、事業で得られた知的財産の活用や管理が重要である。そして、共創・協働のために、知的財産権の取得による保護や秘匿する情報の管理も重要である。

さらに、経済安全保障推進法が成立したところであり、技術流出の防止を図る意味からも、秘密情報の管理の重要性が高まっている。

また、このように展開された、新たな事業等の取組は継続して実施されることも重要である。

(2) 将来像に向けて考慮すべき現状・課題

将来像：「事業環境の変化に対応し、ものづくりなどの事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を継続して実践できる企業・連携体が増えている」という状況を実現するために、中部地域が抱える現状と課題として、中小企業等へのアンケート調査やヒアリング調査、有識者へのヒアリング調査、有識者委員会での討議を踏まえ、以下を抽出した。

①共創・協働

企業の共創や協働の課題としては以下の事項が抽出された。

- ・ 共創や協働の、最適な相手（企業や専門家）を見つける方法が分からない、あるいは具体的な連携の方法が分かっていない企業が多い、との声があった。
- ・ アンケートでは、1～2割程度の企業が、事業において課題や悩みがある取組として外部との共創・アライアンス・オープンイノベーションを挙げた。
- ・ 契約の重要性は理解しつつも適切な対応が取れておらずトラブルに巻き込まれるケースがあるとの有識者の声もあった。

こうした現状から、スタートアップをはじめ、共創や協働の連携先を見つけるための支援が必要である。

また、契約のリスクを回避するべく、情報提供をしていくことも重要である。

②知的財産の管理・活用

知的財産の管理及び活用について、活用に対する意識はアンケート回答企業の半数以上の経営者が関与していると回答しており、理解が進んでいることが確認できた。

他方、課題としては以下の事項が抽出された。

<活用の課題>

- ・課題は、販路開拓、商品開発力の強化、異分野参入、新市場開拓、ブランド戦略や海外展開など。(アンケート結果より)

<管理の課題>

- ・知財の管理(知財戦略策定など)の手法が分からない。
- ・スタートアップは特に管理する人材が及びノウハウが不足している。
- ・中部の企業における特許出願件数のシェアは横ばいである。また、中部地域の中小企業数に対する特許出願中小企業数の割合は、5年前と同程度であり、実際に知的財産の管理が進んでいるとは言い難いといえる面もある。

<管理・活用共通の課題>

- ・データ等の知財の価値やリスクに気付いていない。
- ・知財に無関心な企業は多数存在する。

<継続の課題>

- ・知財を担当する人材の不足。(アンケート結果より)
- ・知財経営のモチベーションの不足。
- ・目的に応じた情報の不足。

こうした状況を踏まえ、中小企業が理解しやすい内容で知的財産の周知が実施され、知的財産の重要性や可能性に気づき、さらに行動に移すような施策を講じる必要がある。

また、人材の不足に対応するため、専門家や支援機関との連携体制の構築や、伴走支援による事業の課題に即した知的財産の活用の事例を示して情報提供していくことも重要である。

3. 展開する施策・事業

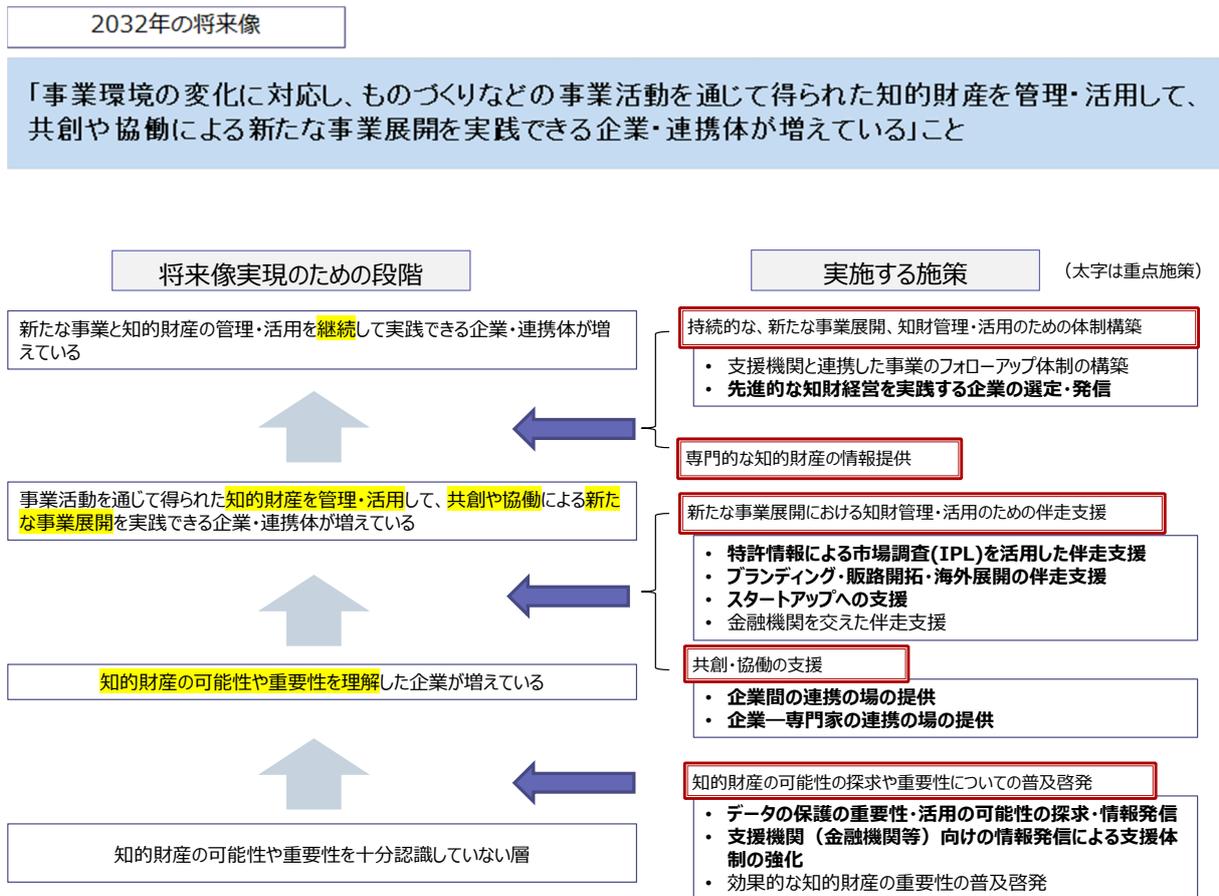
(1) 施策・事業の全体像

本計画では、事業環境の変化に対応し、ものづくりなどの事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を継続して実践できる企業・連携体を増やすために、以下の3つの段階を実現していくこととして設定した。

また、このように新たな事業展開を実践することで社会や事業環境の変化に対応し、付加価値のある事業を創造することで、売上や利益、雇用の維持・拡大等の企業成長を実現できる企業の増加につなげることを目的とする。

- ① 知的財産の可能性や重要性を理解した企業が増えている
- ② 事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を実践できる企業・連携体が増えている
- ③ 新たな事業と知的財産の管理・活用を継続して実践できる企業・連携体が増えている

図表 16 第5期推進計画の全体像



(2) 3つの段階ごとの施策・事業の概要

段階1. 知的財産の可能性や重要性を理解した企業が増えている

<取組方針 - 1>

知的財産の可能性を探求し、情報発信するとともに、知的財産の重要性についての普及啓発を実施する。

<取組イメージ>

① 知的財産の可能性の探求・情報発信

- データ等の知的財産の活用の可能性（サービサイジングなど）についての事例調査や課題の抽出を実施し、公表する。
- 社会的課題解決のための知的財産を活用した取組の手法分析・事例研究を実施・公表。

(背景)

技術の進展とともに、新たな知的財産の課題も存在する。例えば、データなどの知的財産は産業財産権の保護対象とならない場合もあるが、政府の指針等においても、知恵・価値・競争力の源泉として位置付けられ、新たな事業への利用が注目されている。したがって、データ等、新たな知的財産の利活用に関する事例を調査・普及することにより、その活用や保護の促進を図ることが重要。

② 支援機関（金融機関等）向けの情報発信による支援体制の強化

- 支援機関（金融機関、公設試、中小企業支援センター、商工会議所等）との勉強会やイベント共催。
- 専門家による企業の伴走支援における、支援機関の職員の同行。

(背景)

企業が利用する相談先（機関）は、商工会議所あるいは金融機関等の支援機関が多い、というアンケート結果があった。これらの機関は知的財産の普及に重要な役割を果たすと考えられる。よって、支援機関に対し、セミナー等による知的財産の基礎的な知識の習得を図り、支援機関により企業を専門家や知的財産の支援機関へつなぐ、といった、支援機関における企業への知的財産の支援をする体制の強化を通して企業への波及効果を高める。加えて、支援機関に中部経済産業局の知的財産施策を利用することへのインセンティブを実感させるため、かつ、中部経済産業局による伴走支援後の継続的なフォロー体制を構築するため、専門家による伴走支援において、支援機関の担当者が同行するなど、伴走支援を通じた実体験の機会を設けることが重要。

③ 効果的な知的財産の重要性の普及啓発

- 知財活動を行っている（施策活用企業を含む）企業あるいは経営者からの情報発信の機会を増やす。
- 中部経済産業局の各種事業（補助金事業など）の中で、知的財産の役割を経営におけるツールの一つであると位置付けた形で情報提供を行う。
- 情報へのアクセスを容易にするため、発信手段を複合的に用いる（ハイブリッド型セミナー、オンデマンド配信、刊行物など）。
- 普及啓発の対象者が必要な情報を選択しやすい、理解しやすい情報発信を行う（レベルの格付けなど、SNS等の活用による広報手段の多様化やメルマガ、HPの改善等）。
- 普及啓発のテーマ設定としては、知的財産の基礎的な内容、データ等の秘密・保護管理、知的財産活用の成功事例・失敗事例など。

（背景）

知的財産の普及の有効な手段として、以下の意見があった。

- ・ 経験者（企業）からの情報提供は影響力が高い。
- ・ ビジョンやマーケティングから入るアプローチが有効。

また、知的財産の普及の課題としては、以下の知的財産情報へのアクセスが困難である旨の意見があった。

- ・ セミナーに参加する時間がない。あるいは存在すら知らない。
- ・ 知的財産活動に取り組む利点が分からない。
- ・ 知的財産の教材・パンフレットは難易度が高い。
- ・ どのセミナーが有効であるのか分からない。

テーマとしては、特に失敗事例などの普及が有効との意見があった。

段階2. 事業活動を通じて得られた知的財産を管理・活用して、共創や協働による新たな事業展開を実践できる企業・連携体が増えている

<取組方針 - 2>

新たな事業展開における知的財産管理・活用のための伴走支援を実施する。

<取組イメージ>

知的財産の管理・活用を目的とした伴走支援に当たっては、以下のテーマを重点的に行う。

- 特許情報による市場調査（IPL）を活用した伴走支援
- ブランディングの伴走支援
- 協業の事業進行に対する伴走支援
- 支援機関等や専門家と連携した販売戦略策定支援
- 海外展開に関する伴走支援
- 金融機関を交えた伴走支援（支援チームに金融機関を加えた体制とするなど）

また、実施に当たっては、以下の点に留意する。

- ・ 地域未来牽引企業等の地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれる企業や、スタートアップや成長型中小企業等研究開発支援事業（Go-Tech 事業）等の補助金を受けた企業等の新たな事業を展開する者を重点的に支援することを考慮する。
- ・ 地域内の若手専門家への OJT 機会の提供。
- ・ 支援した企業の取組をフォローアップするとともに、その内容について情報発信・共有する機会を設定する。
- ・ 未来予想図等から想定される新たな事業のアイデア探しも含めた支援を行うことを視野に入れる。

（背景）

上記 2. (2) で挙げたとおり、知的財産の管理・活用は実際に進んでいるとは言い難い面もある。

このような課題に対し、「ヒアリングにおいては、知財戦略を一緒に作り上げる支援は有用」、あるいは「伴走支援を活用して企業成長を実感できた」、とする意見があり、第 4 期推進計画下における伴走支援は一定の評価があり、引き続き、伴走支援を実施することが有効であると考えられる。

また、アンケートにおける事業の課題としては、販路開拓、商品開発力の強化、異分野参入、新市場開拓、ブランド戦略、外部との共創・アライアンス・オープンイノベーションなどが挙げられた。

さらに、ヒアリングにおいて、IP ランドスケープ（IPL）等による市場調査の活用の有用性も挙げられた。

このような状況を踏まえ、伴走支援による事業の課題に即した知的財産の活用の事例を示していくことが重要である。

特に、スタートアップについては、人材が不足しているとの指摘があり、専門家による知的財産や事業戦略のメンタリングなども重要である。

さらに、中部経済産業局の支援施策自体の周知が進んでいないという意見もあったことから、支援後も、フォローアップを行い、支援内容の発信・共有を図ることが重要である。

<取組方針 - 3>

企業の共創・協働の支援を行う。

<取組イメージ>

- 企業間連携の場の提供（ビジネスマッチングなど）。
- 企業－専門家の出会いの場の提供（企業と専門家が参加するワークショップの開催など）。
- 共創・協働における契約等に係る情報提供及び課題や解決策（不平等契約など）について実態把握や調査研究を実施する。

（背景）

上記 2. (2) で挙げたとおり、企業が事業において共創や協働を進める際に、最適な相手を見つける方法が分からない、具体的な連携の方法の理解が進んでいない、あるいは、契約の重要性は理解しつつも適切な対応が取れておらずトラブルに巻き込まれる、などの課題がある。

こうした状況を踏まえ、企業が、他の企業、大学、研究機関、あるいは専門家と連携する出会いの場を提供する支援、又はノウハウを提供することを通し、共創や協働の利点を理解し取り組んでいける企業を増やしていくことが重要である。

段階3. 新たな事業と知的財産の管理・活用を継続して実践できる企業・連携体が増えている

<取組方針 - 4>

持続的な、新たな事業展開、知的財産管理・活用の支援のための体制構築を行う。

<取組イメージ>

- 地域の支援機関などと連携した事業終了後のフォローアップ体制の構築。
- 先進的な知的財産経営を実践する企業の選定・発信。

（背景）

アンケート結果では、知的財産経営の課題として知的財産を担当する人材の不足を挙げた企業は多かった。また、ヒアリングからも、中小企業のみで知的財産の管理・活用を行っていくのは難しいとの意見もあった。

加えて、事業が終了すると活動が中断しやすい、という意見があった。

こうした状況を踏まえ、持続的な、知的財産活動や事業展開の支援体制を構築する必要

がある。この点においては、知的財産の管理・活用を継続して実践するためには、企業等の内部における知的財産の知識を有する人材の育成が必要であることを鑑み、企業内の人材を巻き込んだ施策の実施を意識する。

また、知的財産経営の課題として、モチベーションの持続の課題が挙げられた。このような課題に対し、公認されているという実績が企業自体のモチベーションにつながり、また、他社との連携に有利に働く、という意見があった。

<取組方針 - 5>

専門的な知的財産の情報提供を行う。

<取組イメージ>

- テーマ設定：知的財産の制度・施策説明、知的財産戦略構築、ブランディング、デザイン経営、海外展開、オープン・クローズ戦略、契約など。
- 情報提供に当たっては、「効果的な知的財産の重要性の普及啓発」で挙げたとおり、効果的な発信手段を用いる。
- 新規課題（例えばメタバースにおける知的財産保護）のようなテーマについての情報提供も留意する。

実施に当たっては、上記の効果的な情報発信と同様の手法を考慮するとともに、他機関との連携、他機関の提供する情報の利用も考慮することが重要。

（背景）

上述したとおり、知的財産経営の課題として知的財産を担当する人材の不足を挙げた企業は多かった。これに対し、セミナーや資料提供等、知的財産に関する情報提供は、企業における人材育成に資するものである。

また、ヒアリングの結果から、関心のあるテーマとして、海外展開、ブランディング、デザイン経営等が挙げられた。加えて、参加するのみで知財戦略が構築できるようなワークショップなどの要望もあった。

さらに、共創・協働にあたり、契約に関する情報提供の要望もあった。

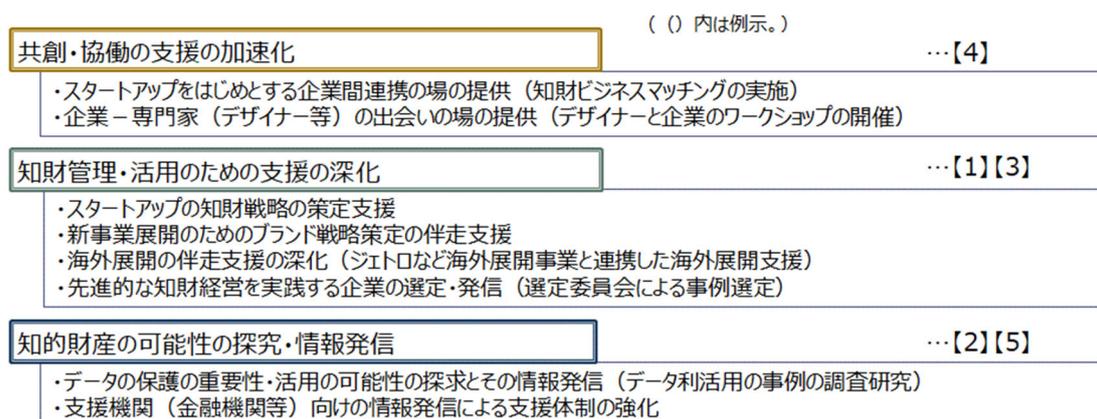
こうした意見を踏まえ、多様なニーズに即した情報提供を行っていくことが重要である。

そして、情報提供に当たっては、他機関からの情報の有効活用も図ることも重要である。

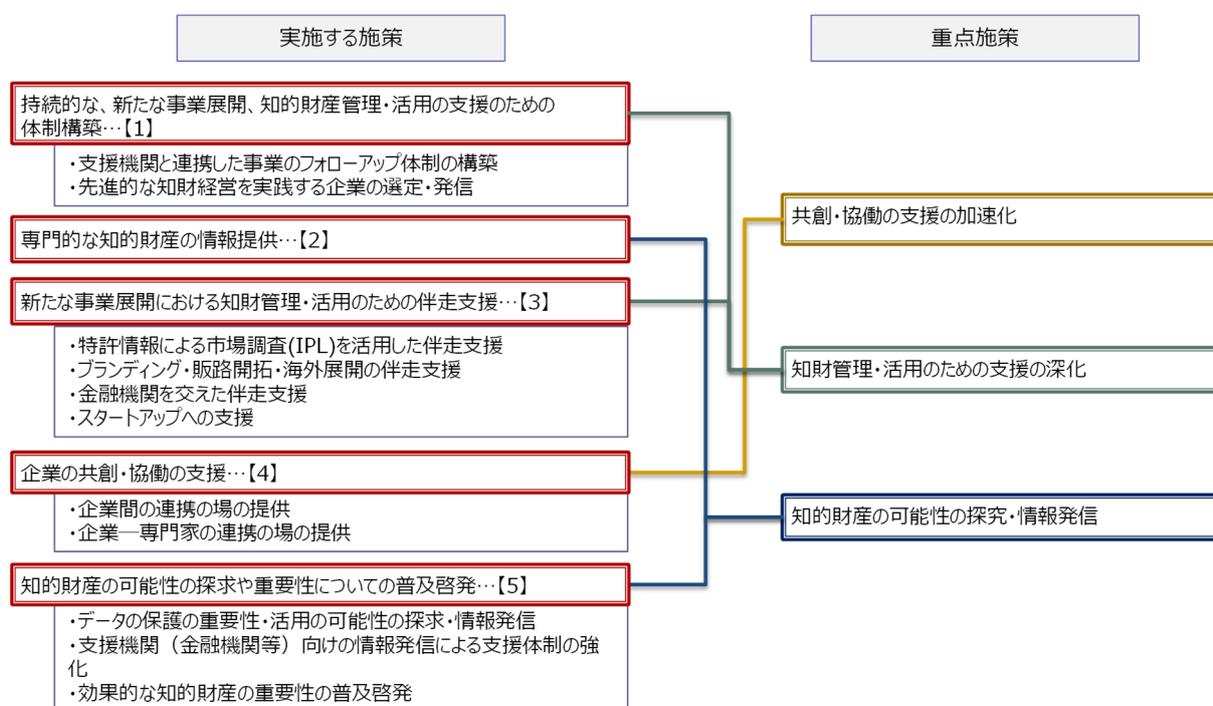
(3) 重点施策の設定

前述の3つの段階の実現を目指し、施策・事業を総合的に展開していくに当たり、特に注力する施策を「重点施策」に設定して推進していく。後述するモニタリングの結果も参照しつつ、具体的なテーマ設定や採用する手法等を柔軟に検討し詳細設計を行い、施策を実施していくこととする。

図表 17 第5期推進計画の重点施策



(参考) 実施する施策と重点施策の関係



①共創・協働の支援の加速化

(i) スタートアップをはじめとする企業間連携の場の提供

企業が、他の企業と連携する出会いの場を提供する支援、あるいはノウハウを提供する。

具体的には、企業の有する知的財産のライセンスのほか、当該知的財産に関連する共同開発なども含め、知的財産を核にした幅広い連携を視野に入れた企業間連携（ビジネスマッチング）を支援することにより、共創や協働の加速を図る。

また、スタートアップと中小企業や大企業は、例えば生産技術で提携を図るなどにより、知的財産の活用を促進できることから、多様な観点での連携を支援することが重要である。

さらに、マッチングに当たっては、専門家（コーディネーター等）の活用のほか、中部経済産業局が行っている、オープンイノベーションプラットフォーム「Meet up Chubu」などの共創支援の活用も検討する。

(ii) 企業—専門家の出会いの場の提供

企業が専門家を見つけるのは、専門家の情報にアクセスしにくいいため、困難であるという意見があった。

専門家との出会いの場として、例えば、企業とデザイナーの両者が協力して作り上げるワークショップや、実際の問題の対処法についての、弁護士や弁理士とのディスカッションを行う形でのワークショップなどの開催を検討する。

②知財管理・活用のための支援の深化

(i) スタートアップの知財戦略の策定支援

中部経済産業局では、「東海版 IPAS 実証・普及啓発事業」として、スタートアップについて専門家による知的財産や事業戦略のメンタリングを行う事業を実施してきたところである。

引き続き、支援内容をより充実させつつ、スタートアップについて、専門家によるメンタリングを行い、事業戦略及び知財戦略の策定に取り組む。

(ii) 新事業展開のためのブランド戦略策定の伴走支援

中部経済産業局では、「知的財産経営ハンズオン支援調査事業」や「デザイン経営支援による知的財産（意匠・商標）活用促進事業」にて、ブランディングについても伴走支援を行ってきたところである。

知的財産の活用は、知的財産に係る商品の販売と直結する。そして、新事業の製品やサービスの販売には一定のブランド戦略が必要であり、特に製造業ではブランディングのノウハウがないことが多い。伴走支援による広報や販売戦略を含めたブランド戦略策定の支援を行い、新事業における知的財産の活用及び発展を図る。

また、支援対象者としては、地域未来牽引企業等の、地域経済への影響力が大きく、かつ、成長性が見込まれる企業や、スタートアップや成長型中小企業等研究開発支援事業（Go-

Tech 事業)等の補助金を受けた企業等の、新たな事業を展開する者を重点的に行うことも考慮する。

(iii) 海外展開の伴走支援の深化

中部経済産業局では、「知的財産経営ハンズオン支援調査事業」において、海外展開についても伴走支援を行ってきたところである。

海外の事情に詳しい企業 OB などを専門家とし、海外展開における知財戦略策定、コスト、各国の法律、リスクなども考慮してより充実した支援を展開する。

また、ジェットロなどの海外支援組織と連携体制を構築・強化して支援を実施することが効果的である。

(iv) 先進的な知財経営を実践する企業の選定・発信

先進的な知財経営を行う企業を選定し、発信する。

具体的には、選定委員会を設置して取り上げる企業を選定し、事例集として発信する、など手法を検討する。

③知的財産の可能性の探究・情報発信

(i) データの保護の重要性・活用の可能性の探求・情報発信

データなどの知的財産は産業財産権の保護対象でない場合もあるが、新たな事業への利用が注目され、政府における各種指針においても知恵・価値・競争力の源泉として位置付けられている。

よって、知的財産としてのデータの活用の可能性（サービサイジングなど）についての事例調査や課題を実施・公表する。また、データの活用とともに、保護の重要性についてもセミナーなどを通して発信し、新たな事業における利用を図る。

なお、当該調査に当たっては、スタートアップと他の企業の連携を視野に入れることも検討する。

(ii) 支援機関向けの情報発信による支援体制の強化

企業が利用する相談先（機関）は、商工会議所あるいは金融機関等の支援機関が多いというアンケート結果があった。この結果から、支援機関（金融機関、公設試、中小企業支援センター、商工会議所等）は、企業への知的財産の普及において重要な役割を果たすと考えられる。よって、支援機関に対し、知的財産の基礎的な知識を習得する機会としてセミナーやイベントを開催し、支援機関が企業を専門家や知的財産の支援機関へつなぐことができるようにすることで、知的財産の支援体制の強化を図り、波及効果を高める。

また、知的財産等の専門家による企業への伴走支援において、支援機関担当者に同行してもらうことで、支援機関による知財支援の利点を実感してもらうとともに、中部経済産業局による伴走支援後の継続的なフォロー体制を構築する取組も実施する。

4. 計画の推進に当たって

(1) 施策のモニタリングについて

(背景)

第5期推進計画を推進していくに当たり、将来像の実現に向けて個々の施策が3つの段階のいずれに寄与しているのかを継続して確認していくことが重要となる。

それまで知的財産の可能性・重要性に気付いていなかった企業等が、施策を通じて理解を深め、知的財産を管理・活用して新たな事業に着手している実態を能動的に把握していく仕組みを運用していくことが必要となる。こうした実態を把握し、発信していくことは知的財産の可能性や重要性を周知する際にも有用と考える。

(方針)

このため、第5期推進計画では、施策の成果を継続して計測する仕組みを設け、関係する施策や事業において共通する指標として運用していく。

こうした指標の運用はこれまでの計画にない新たな取組となることから計画初年度に基本的な方針を設定して最終年度（2028年度）に総括作業を行うこととする。

<施策の成果を計測する仕組み（案）>

- セミナーや伴走型支援等の施策・事業の利用を申し込む際、又は利用した際にアンケート調査を実施する。
- アンケート調査では、施策・事業に対する評価とともに、施策・事業を知った先やこれまで利用したことのある施策を把握する。また、施策利用に当たり、企業活動にどのような影響（情報収集、知識・スキル獲得、自社経営への反映など）を期待しているかを把握する。
- 特に、伴走型支援等の個社に対する支援対象には、あらかじめ複数年にわたりアンケートに回答することが採択要件となっていることを説明して承諾を得ておく。その後、企業活動にどのような影響があったのかを定期的に把握していく。
- 自社が3つの段階のいずれに当たると自己評価しているかを併せて回答してもらう（成果指標：企業活動に好影響を得たと回答した社数。個別ヒアリングによる聞き取りを想定）。
- 良好な成果を確認できた場合は、詳細な取材を依頼し、事例情報としてまとめ、中部経済産業局ホームページや刊行物などにより情報発信していく。

(2) 計画全体のモニタリングについて

(背景)

本計画で掲げる『2032年の将来像』を実現させていくため、計画全体の進捗を常に意識した施策推進を図っていく。進捗状況を可能な限り定量的に把握して地域で共有していくことが重要と考える。

第4期推進計画の振り返りについて、提供された施策・事業を活用した中小企業が地域産業の活性化にどのように影響したのかについて一部について把握を行った⁹が、こうした観点で計画の現状を計測していくことは、施策設計の改善を検討する上でも有用と考える。

(方針)

第5期推進計画全体の成果を把握する方法について設定し、計画期間を通して把握していく。

「知的財産の可能性や重要性を理解できた」、「知的財産を管理・活用できている」、「共創や協働による新たな事業を実践できている」などといった企業側の実感について、企業数の変化を把握し、そうした企業がどのような成長の軌跡を経ていったのかを事例として確認していく。

<計画全体を計測する仕組み(案)>

- 施策・事業を活用した企業等に、自社が3つの段階のいずれに当たるかという自己評価について継続して回答してもらうよう協力を依頼し、計画期間中における企業の変化・変容を記録する(成果指標:段階の上昇を実現したと評価した社数の増加割合。地域未来牽引企業への認定等の企業の変化を含む)。
- 簡易なアンケートを行い企業側の実感を把握し、良好な成果を確認できた場合は、詳細な取材を依頼し、企業の財務情報などの開示も求め、変化・変容を定量的に把握していく。
- 指標の例としては、「知的財産の可能性や重要性を理解できた」、「知的財産を管理・活用できている」、「共創あるいは協働で事業を実施した」「特許を出願した」「データの量が増加した」などといった企業側の状況の変化をモニタリングすることが挙げられる。
- 指標の例として、「施策の参加企業数」「INPIT 知財総合支援窓口の相談件数や内容」をモニタリングすることも挙げられる。
- 施策モニタリングと併せて実施することで回答者の負担を抑えるなど、実施に当たり工夫を検討する。

⁹ 本書 27p 図表 14 特許庁ハンズオン支援 支援対象企業向けアンケート調査結果