

中小企業のための知財関連情報

～中小企業に就業する方および経営者の方にとって参考となる知財関連情報を紹介します～

中国経済産業局特許室及び実施事業のご紹介

経済産業省 中国経済産業局
地域経済部 産業技術連携課 特許室 特許室長
大谷 孝一郎

1. 中国経済産業局特許室の紹介

中国経済産業局（以下「中国局」という。）は、経済産業省の地方ブロック機関であり、中国地域 5 県（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）を管轄区域としています。

中国地域は、冬は荒波押し寄せる日本海と温暖で穏やかな瀬戸内海に挟まれ、その中央を中国山地が走り、中国山地を境に山陰地域（鳥取県、島根県）と、山陽地域（岡山県、広島県、山口県）に分かれています。

山陰地域には宍道湖のシジミや日本海のカニなどの海産物や、地域団体商標を取得している隠岐牛等の農産物、各種企業の工場が立地し、IoT で活躍が期待される言語ルビー発祥の地も擁している一方、山陽地域には自動車、船舶、鉄道車両など輸送機械のメーカーやコンビナート等のプラントが多く、知財に対する意識も異なっています。

中国地域を管轄する中国局特許室は、中国地域各県に囲まれたここ広島県、さらに宮島に向かって右手に広島城、左手に平和公園を望む広島市の中心部に位置し、知財レベルを向上させるための「普及支援」、地域の企業の個別事情に即した支援を行うための「支援窓口の充実と認知度向上による利用促進」、海外展開を志向する地域中小企業への「海外展開支援」、地域ブランドやデザインへの関心の高まりを受けた「地域ブランド・デザイン戦略支援」、知財活動に取り組む地域中小企業を支援する「情報発信」を 5 本の柱とした「中国地域知的財産推進計画」に基づき、地方自治体、金融機関、各県に設置されている知財総合支援窓口等々の支援機関と連携を図り、中小・ベンチャー企業への知財の気付きから活用まで必要な支援を進めています。

本稿では、前号の関東経済産業局に引き続き、中国局特許室が行う中小企業への知財支援策の中から、当室における特徴的な事業を紹介させていただきます。

2. 特徴的な事業の紹介

(1) 知的財産Web 動画セミナー事業

～15分でまるわかり！動画で学ぶ「もうけの知財教室」～

『知財初心者の方でも疲れることなく興味を持って見ていただけるよう、3分超くらいの動画で、知財の気付きや、知財を見誤ると大変だといった内容を揃えています』

地域の中小企業等の経営者、担当者の方々に「知財の重要性をもっと伝えたい!」、「他社の知財戦略を紹介し、知財の活用に意識を持ってほしい」等々の想いが当室にはありました。

しかし、中小企業等の方々が上述のような情報を得るためには、支援機関等の実施している「知財セミナー」等への参加が必要でした。

それは、日頃忙しく働いておられる中小企業等の経営者の方々にとって、もっとも大切な時間を取られることになります。また、そうして参加した「知財セミナー」が、自社に役立つ情報とは限りません。

そのような中、苦しんで考え出された手法が「知的財産 Web 動画セミナー事業(通称「もうけの花道」)」(以下「もうけの花道」という。)です。

現在、当局のホームページには 90 数本の動画が流されており、企業における知財戦略を理解していただけの動画、「下町ロケット」に登場する神谷弁護士のモデルとなった鮫島弁護士による「知財戦略のススメ!」や、「こんな困った?を解決できる動画」等々をいつでも見ることができます。

特に「こんな困った?を解決できる動画」は、実際に企業が失敗した事例をアニメーションにして紹介しており、必ずや、中小企業等の皆様に役立つものと確信しています。

～動画サイト「もうけの花道」のこれからの利活用について～

これまで上述のような動画を制作してきたのですが、これらをさらに進化させ活用することはできないかと考え、平成 28 年度からは企業における社内研修、また、動画サイト「もうけの花道」を活用したセミナーを開催するための「知財研修」テキストの作成を検討してまいりました。平成 29 年度の適切なタイミングを捉えて当局のホームページに「研修テキスト」と指導者用の「指導マニュアル」を掲載する予定です。是非ともご興味をお持ちいただきご覧いただくようお願いします。

最近、弁理士の方から顧問先の企業研修で「もうけの花道」を活用したいとのお問い合わせをいただいたり、弁理士の方々のホームページ上に「もうけの花道」をご紹介いただいています。活用していただいていた問題はありませなし、大変喜んでおりますが、可能であれば当局にご一報いただき、更にお願いとしては、セミナー等の開催にあたり、「中国経済産業局特許室の「もうけの花道」」を利用しての旨一言添えていただければ、この事業をもっと積極的に中小企業等の方々に活用していただけるものと考えています。



「もうけの花道」動画サイト：<http://www.chugoku.meti.go.jp/ip/hanamichi.html>

（２）地域団体商標制度の活用方策検討事業

地域ブランドをより適切に保護し、地域経済の持続的な活性化につながるものとして、平成 18 年 4 月に「地域団体商標制度」が導入され 10 年が経過しました。本制度開始後、各地において地域ブランドの育成と確立に向けたブランド戦略の策定が進められ、中国地域では平成 28 年 11 月までに農産物や工芸品、温泉や飲食物など、41 件の地域団体商標が登録されています。

しかし、地域団体商標は登録することがゴールではなく、権利を有効に活用することで地域ブランドを育て、地域活性化につなげていくことが重要です。

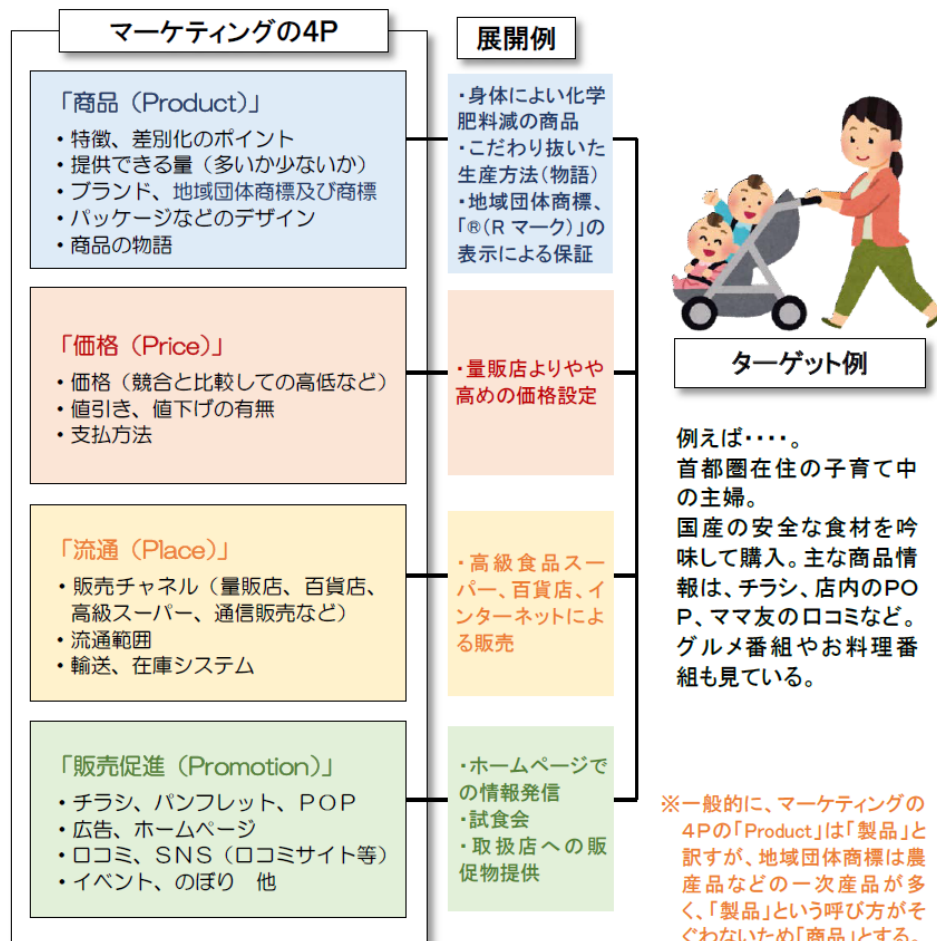
そこで、権利更新期を迎える今、中国地域における地域団体商標の活用状況や今後の権利活用に関する意向調査を実施するとともに、地域団体商標取得に意欲的な団体に対して権利取得に関する調査を実施し、有効な権利活用の方策を検討する調査事業を行っています。

～マーケティング発想による地域団体商標の活用～

上述したとおり、地域団体商標は登録がゴールではなく、その後、地域ブランドとして育てていくことが重要です。そのためには、ビジネスで必要とされるマーケティング発想を、地域ブランド化にも取り入れる必要があります。平成 28 年度の事業の調査から、地域団体商標を有効に活用している団体においては、マーケティング発想を取り入れていることが明らかとなっています。

マーケティングは、お客様（ターゲット）に満足を提供し、お客様の支持を獲得し続けることで、組織目標（利益の確保、地域イメージアップ、産業振興など）を達成するための取り組みです。具体的には、ターゲットを明確にした上で、ターゲットに適合する「商品（Product）」、「価格（Price）」、「流通（Place）」、「販売促進（Promotion）」の 4 つのツール（「マーケティングの 4P」）を効果的に組み合わせ、ターゲットに確実にアプローチし、商品やサービスを通じて顧客満足を実現することができます。

地域団体商標は、「マーケティングの4P」のうち「商品（Product）」の一要素で、ニセモノの未然防止や排除による品質維持、パッケージに表示してお客様にアピールするなどの基本的な活用方法に加え、商品開発、販路開拓など様々な方向に力を発揮します。具体的なマーケティング発想による地域団体商標の活かし方については、今後マニュアルとしてとりまとめる予定です。



また、調査内容についても、現在、最終報告書をまとめており、具体的な事例を記載することはできないのですが、4月には、中国局ホームページにて報告書等を掲載させていただきますので、そちらをご覧ください。

3. 今後の方針

冒頭にも述べましたが、様々な産業が集積している中国地域は、これから知財で元気になる企業が多く存在していると考えています。

中国局特許室としては、引き続き、新たな企業を発掘するためにアンテナを高くはり、地方自治体、金融機関、各県に設置されている知財総合支援窓口等と連携し、企業ニーズにあった施策を展開してまいります。

（以上）