

北海道知的財産戦略推進計画

[令和4年度～令和7年度]

令和4年4月

北海道知的財産戦略本部

目 次

第1章 北海道地域における知的財産を取り巻く現状・課題 3

- 1 北海道地域知的財産戦略推進本部の設立経緯及び取組
- 2 第2次地域知財活性化行動計画
- 3 北海道知的財産戦略推進計画の基本的考え方
- 4 北海道知的財産戦略推進計画 [平成30年度～平成33年度] レビュー概要
- 5 北海道地域の知的財産活動の特色
- 6 コロナ禍における道内への影響
- 7 戦略本部で取り組むべき課題
 - (1) 新規に取り組むべき課題・方向性
 - (2) 継続して取り組むべき課題・方向性

第2章 北海道知的財産戦略推進計画[令和4年度～令和7年度]..... 23

- 戦略1 スタートアップ・中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進
- 戦略2 知的財産を活用した食・農業分野等のブランド形成の促進
- 戦略3 経済活動のグローバル化に対応する知財活動の推進
- 戦略4 人材育成及び知的財産学習支援の推進
- 戦略5 推進体制の充実強化

(参考資料)

- 1 北海道知的財産戦略推進計画 [平成30年度～平成33年度] レビュー
- 2 企業・農漁協アンケート結果
- 3 企業・構成機関ヒアリング結果
- 4 経緯関連資料

第1章 北海道地域における知的財産を取り巻く現状・課題

1. 北海道地域知的財産戦略推進本部の設立経緯及び取組

内外の社会経済情勢の変化に伴い、我が国産業の国際競争力の強化を図ることの必要性が増大している状況にかんがみ、知的財産の創造、保護及び活用に関する施策を集中的かつ計画的に推進するため、平成15年3月、内閣に知的財産戦略本部が設置された。

「北海道知的財産戦略本部」（以下、「本部」という。）は、国の動きに呼応して、知的創造サイクルを構築するためのオール北海道の推進体制として、平成17年7月に設立された。以来、平成17年度から平成25年度までの9年間の知財戦略推進計画として「アクションプラン」を、また平成26年度から平成29年度までの4年間の「新・アクションプラン」をそれぞれ策定し、さらに平成30年4月には「北海道知的財産戦略推進計画（平成30年度～平成33年度）」を策定、令和3年度までの4年間、現在29の構成機関が連携して継続的な取組を展開してきた結果、道内における知財への関心の高まり、海外における知財リスクの意識向上、地域団体商標制度や地理的表示（GI）保護制度の認知度の向上、中小企業や各支援機関における知財の知識を有する人材の着実な増加、各知財相談機関における一層の連携強化などに取り組んできたところである。

この「北海道知的財産戦略推進計画」は、これまでの取組や道内外の情勢変化を踏まえ、本部の各構成機関の連携の下、今後も知財施策の効果的・効率的な推進を目指し、継続的な取組を行っていくために、令和4年度から令和7年度までを計画期間として策定するものである。

2. 第2次地域知財活性化行動計画

特許庁においては、2020年7月、「地域知財活性化行動計画（2016年9月策定）」の次期計画となる「第2次地域知財活性化行動計画（以下、行動計画）」という。）を策定・公表した。行動計画においては、企業の知財活動における以下の4つの課題を抽出するとともに、当該課題を解決し、企業の知財活用の動きを加速させ、目指すべき姿を達成するため、以下の3つの基本方針を設定した。

<知財活動に係る課題>

- 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対応が十分にできていない。

<知財活動に係る課題の解決・対応のための基本方針>

【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」

関係主体ごとに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」を強化する。特許庁及び INPIT は、地域未来牽引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する。

【基本方針2】 「地域・中小企業の支援プレイヤーの連携と支援の融合」

特許庁ほか関係省庁、他関係主体や地域の支援機関等との連携を強化し、各支援事業と特許庁による知財施策を組み合わせることで、横断的かつ一体的な支援体制を構築する。

【基本方針3】 「KPIの設定・共有と新たな情勢を踏まえた取組」

各関係主体がKPIを設定し、PDCAサイクルを回しながら定期的に自己検証を行い、他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する。

基本方針3「KPIの設定・共有と新たな情勢を踏まえた取組」においては、行動計画に基づく各関係主体の取組に着目し、関係主体自らが自主的に設定されたKPIに基づいて評価・検証を行うこととされ、特許庁及びINPI T等による施策の検証のための中央KPIと、自治体による施策の検証のための地域KPIの2つを設定することとなり、北海道地域においては、以下のKPI及び目標が設定されることとなった。

北海道

(1) 都道府県の産業振興ビジョン等を踏まえた活動指標 (KPI) 【2022年度時点】

- ・特許流通サポーターによる特許流通相談件数

714件(2018年度) → 755件(2022年度)にする。

- ・道内大学等における特許権等の実施許諾数

712件(2017年度) → 880件(2022年度)にする。

(2) 都道府県の産業振興ビジョン等にかかれた目標

○北海道科学技術振興計画【2018年度～2022年度】

<知的財産の活用促進による中小企業の競争力の強化>

- ・企業が行う公設試験研究機関や、大学等の保有する知的財産の積極的な活用を促進するとともに、技術開発に向けた共同研究などによる知的財産の創造を支援します。支援に当たっては、国や道の中小企業支援策の積極的な活用を促進するとともに、産学官金等が連携して、知的財産による中小企業の競争力の強化を図ります。

3. 北海道知的財産戦略推進計画の基本的考え方

北海道における知的財産の創造、保護及び活用の適正かつ円滑な実現を図るために設立された戦略本部では、これまで、以下の「本部取組方針7項目」に基づき、具体的アクションプランに取り組んできた。

<本部取組方針7項目>

- ①大学、企業等における知的財産の創造
- ②模倣品・海賊版に対する啓発、取締の強化等知的財産の保護
- ③中小・ベンチャー企業に対する支援等知的財産の活用
- ④知的財産を活用した地域ブランドの確立
- ⑤知的財産に関する支援機関・人材のネットワーク化
- ⑥知的財産に関する相談体制の強化
- ⑦知的財産関連人材の育成及び制度等の普及啓発

北海道知的財産戦略推進計画〔令和4年度～令和7年度〕（以下、「推進計画」という。）においても、この本部取組方針7項目を計画策定のベースとする。その上で、本章においては、前推進計画（北海道知的財産戦略推進計画〔平成30年度～平成33年度〕）の総括事項や、北海道地域の知的財産活動において重点を置くべき地域の特色、コロナ禍における道内への影響等を踏まえた戦略本部で取り組むべき課題の整理を行うこととする。

4. 北海道知的財産戦略推進計画〔平成30年度～平成33年度〕レビュー概要

戦略本部では、平成30年4月に北海道知的財産戦略推進計画〔平成30年度～平成33年度〕を策定し、大きく以下の5つの施策について、取組方針と具体的な目標、目標の達成度を把握するための数値目標を定め、知財支援策を展開してきたところ、本節では、これらの取組方針に対する取組実績等の確認・振り返りを行うとともに、その結果について新たな計画への反映を検討する。（本レビューの詳細については、「参考資料1 北海道知的財産戦略推進計画〔平成30年度～平成33年度〕レビュー」を参照。）

（1）中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進

【目標】

道内中小企業の知財マネジメント意識を高め、知財を盛り込んだ経営戦略の策定による企業自身や大学・公設試が創造・保有する知財の効果的な活用により道内企業の知財活動を活性化させる。

【取組の進捗と今後の課題】

北海道地域の中小企業等においても、社会経済のグローバル化の進展や国内市場の縮小等の社会経済構造の変革による影響が避けられない昨今、企業競争力向上に資する中小企業経営における知財マネジメントの重要性が高まっている中、地域金融機関、中小企業経営者や知財担当者、農業関係団体、漁業関係団体に対して各種知財セミナーやシンポジウム等の提供を通じて知財マネジメントにかかる支援を実施した。今後は、多忙な中小企業経営者層や知財担当者等への一層のアクセス向上を図るべく、オンデマンド配信を含むオンラインセミナー等の充実が重要となる。

北海道地域においても新型コロナの感染拡大の影響はあったものの、北海道知財総合支援窓口における令和元年度（平成31年度）の相談件数は、3,282件（目標値：2,730件）、専門人材による支援件数は454件（目標値：437件）、よろず支援拠点との連携件数は55件（目標値：30件）となっており、3つ全てのKPIを達成することができた。北海道知財総合支援窓口担当者による取組、構成機関による周知や、セミナー等の機会に支援窓口の存在をPRしたことが、支援件数の増加につながったものと考えられる。

一方、令和2年度の実績値はいずれも前年度を割った。これは、新型コロナの感染防止策として、政府による外出抑制策が講じられる等、支援窓口を直接訪問することが困難になったことが主要な原因と考えられる。新型コロナ感染の収束後には、感染予防の観点から相談を控えていたユーザー等からの問い合わせが増加することが考えられるところ、コロナ禍でその実用性が確認されたオンラインによる遠隔相談対応も引き続き継続しつつ、札幌から離れた遠隔地のユーザーへの支援強化も図る必要がある。

大学・公設試・企業等が保有する開放特許等の活用に関しては、各支援機関による取組も

あり、産学官連携による共同研究数や実施権設定等件数は増加しており、北海道地域における産学官連携による知的財産の活用の深化が着実に進んでいることが捉える。一方で、この間、北海道地域における産学官の特許出願数は減少傾向にあり、産学官の共同研究数は増加傾向にあるものの、出願にまで至らないプロジェクトが多く含まれる可能性が考えられる。今後、大学・公設試、道内企業等において、プロジェクトの事業化を見据えた権利化を意識した知財戦略構築支援及び共同研究が行われるようなマッチング支援が求められる。

また、北海道地域の大手地銀が、大企業が保有する開放特許に関して、北海道地域の中小企業との技術移転マッチン会を金融機関の主催で開催する等、価値のある特許を保有する大学・公設試・企業等と中小企業とのマッチングに地域金融機関が主体的な役割を担うようになりつつある。

表 1：北海道知財総合支援窓口における支援件数

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
相談件数	2,821	3,282	3,213
専門人材による支援件数	453	454	289
よらず支援拠点との連携件数	42	55	47

出所：知財総合支援窓口調べ

表 2：北海道地域における出願・登録件数

		平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
特許	出願	670	597	631
	登録	332	324	345
実用新案	出願	67	65	77
	登録	65	61	67
意匠	出願	159	179	214
	登録	149	141	160
商標	出願	1,992	1,957	1,988
	登録	1,358	1,396	1,702
PCT	出願	97	129	82
マドプロ	出願	19	23	20

出所：特許庁年次報告書 2021 年

(2) 企業の海外展開に対応した知的財産の保護

【目標】

海外に向けて事業展開する道内中小企業におけるリスクマネジメント意識の高揚及び中小企業の海外展開を支援する。

【取組の進捗と今後の課題】

近年、政府の訪日観光客誘致政策にともなう北海道地域におけるアジア圏をはじめとする外国人観光客の急増による海外における北海道産品の品質等に関する認知やそれともな

うブランド力向上、並びに積極的な海外展開を志向する道内企業が増えていることを受け、道内企業の海外における模倣品や冒認出願のリスクも高まっている。

道内企業の海外展開時における知財分野におけるリスクへの理解及びその対策等に関する普及を目的として、海外展開、模倣品対策及び冒認出願対策等などに関するセミナー等を開催した。しかしながら、2020年2月以降、新型コロナの影響により、海外展開について先の見通しが立たない状況となっている道内企業の増加に加え、感染防止対策等の関係から一部のセミナー等開催も見送りが相次いだ。

他方で、知財総合支援窓口における海外展開関係の相談対応件数や特許協力条約（PCT：Patent Cooperation Treaty）に基づく国際特許出願（以下、PCT出願という。）件数、マドリッド協定議定書（マドリッド・プロトコル）に基づく国際商標登録出願（以下、マドプロ出願という。）件数は、コロナ禍においても底堅く推移している。具体的には、平成31年度の道内企業によるPCT出願件数は121件（平成28年度：80件）、マドプロ出願件数は22件（平成28年度：33件）、合計で143件となり、前計画において目標としていた130件を大きく上回ることができた。こうした動きは、道内企業におけるポスト・コロナに向けた海外展開に備えた取組の一環であると考えられところ、海外展開にともなう知財リスクに対する意識は着実に向上しているものと考えられる。また、外国出願補助金についても、道内企業から多くの問い合わせ及び申請を受理しており、道内企業に対する当該補助金制度の浸透による戦略的な利用が進んでいると考えられる。

海外展開に資するような数値は上述のとおり堅調な一方で、道内の模倣品対策支援事業採択件数、冒認商標の無効・取消係争の費用助成採択件数は3年度連続で0件となっている。こうしたことから、知財総合支援窓口はじめとした構成機関においては、道内企業に対する侵害対策支援施策の更なる普及に努め、これまでリーチできていなかった企業に対しても知財リスクの周知を図る必要がある。

（3）知的財産を活用したブランド形成支援

【目標】

地域ブランド形成に取り組む地域関係機関等において、知的財産権によりブランド価値を保護するという意識を高めるとともに、商標・地域団体商標制度等の活用を促進する。

【取組の進捗と今後の課題】

知財を活用した、地域ブランドの構築に向けたセミナー等を経営的に開催するとともに、取組意欲の高い組合・団体に対して個別支援を実施した。

近年、地域団体商標の累積登録件数も着実に増加し、都道府県別の出願件数も全国3位となっており、道内団体関係者において地域ブランド確立の有効なツールとしての認識が着実に定着していることが伺われる。前計画における数値目標についても、平成31年度末における実績は、地域団体商標58件、地理的表示（GI）3件、合計61件に達しており、目標値を達成した。

また、デザインの創造・活用による地域資源のブランド化・事業化の支援として、商品パッケージのブラッシュアップ等を通じて地域資源のブランド化支援を行う「デザイン創造・活用支援事業」等を実施。当該事業で受賞を受けたパッケージの商品化件数は、平成29年度から平成31年度（令和元年度）の3年間で28件となっており、成功事例15件以上創出という目標を達成した。

知財総合支援窓口の直近の相談件数は堅調に推移しており、制度への理解が着々と進んでいるが、「地域団体商標」については、相談件数が減少していることから、更なる相談ニーズの掘り起こしや、制度の普及啓発が必要と思われる。一方、地理的表示（G I）保護制度については、令和3年10月度時点の道内における累計登録件数は5件となっており、北海道地域の農林水産分野におけるポテンシャルを考慮すると、引き続き地域の組合・団体への制度の周知・活用促進を図り、ニーズの掘り起こしをすることが有効であると考えられる。

（４）人材育成及び知的財産学習支援の推進

【目標】

知財支援人材のスキルアップ及び道内中小企業等における知財人材を確保するとともに、知財学習支援環境整備により児童・生徒に対しては創造性豊かな人材育成を図り、学生等に対しては知的財産意識を高める。

【取組の進捗と今後の課題】

知的財産の創造・保護・活用に関わる知財支援人材を育成するため、支援人材や中小企業の経営者等を対象としたセミナー等を開催し、中小企業等における人材育成に資する支援を継続的に実施した。数値目標に関しては、表27に挙げたとおり、支援人材又は中小企業向けセミナー等を、平成30年度から令和2年度の3カ年で合計36回開催。平成30年度の1年間だけでも17回のセミナーを開催し、目標を達成した。

道内中小企業等における知財管理能力の向上においては、知財管理技能士のような、社内において自社の知的財産を適切に管理・活用できる人材の確保が期待されることから、引き続き、企業における社員への知財管理技能検定の取得を奨励していく。

また、道内における将来の知財創造・活用を担う道内知財人材の育成も重要であるところ、道内の工業及び農業高校等の生徒に対して、知財教育プログラムを提供した。さらに小・中学生児童向けには、「北海道青少年科学技術振興作品展」等を通じて知的財産に関する理解増進や興味関心の喚起に繋がる機会を提供した。今後も引き続き、学生等に対する知的財産学習支援の継続が重要となる。

（５）推進体制の充実強化

【目標】

本部各構成機関の連携強化による道内中小企業の知財に関する様々な課題に対応可能な機能的ワンストップ相談体制の構築及び知財の戦略的活用により北海道の産業競争力を強化する。

【取組の進捗と今後の課題】

北海道地域の中小企業への知財支援の強化を目指し、北海道知的財産情報センターの下、北海道知財総合支援窓口、北海道知的所有権センター、北海道発明協会及び日本弁理士会北海道会が緊密に連携し、知財に関する様々な分野における相談に対応するワンストップサービスを継続して実施している。また、北海道地域全域でのきめ細かい相談対応のため道内主要8都市に設置したサテライトを活用に加え、北海道中小企業総合支援センターに設置された「よろず支援拠点」との一層の連携を進めたことで相談件数増加につなげる等成果を挙げている。一方で、札幌地域以外の中小企業における窓口サービスの認知度はまだ高いとはいえないことから、引き続き周知広報活動を継続して実施することが必要である。また、北海

道の産業競争力の強化に向けては、大手企業の持つ開放特許や大学・公設試等が持つ知財のシーズを、道内中小企業等が抱えるニーズと結びつけることで、イノベーションが創出され、中長期的に北海道の競争力強化に繋がることが期待できる。

こうした大学・公設試・企業等と道内中小企業等とのマッチングを促す取組は、各構成機関においても実施が進んでおり、引き続き、このような支援を継続していくことが求められる。

5. 北海道地域の知的財産活動の特色

行動計画においては、その基本方針1「ターゲットを意識した地域・中小企業支援の実施」において、知財支援行動計画のあり方について、次のように述べられている。

地域レベルでは、自治体、知財室が主体となって、地域知財戦略本部が策定した計画や、各自治体が策定した産業ビジョンなどに基づいて、地域ごとに特色のあるターゲットを意識した支援の行動計画を策定・遂行する。（第2次行動計画P6より抜粋）

上記のとおり、行動計画において「地域ごとに特色のあるターゲットを意識した」計画の必要性が基本方針として挙げられていることを踏まえ、本節においては、北海道地域における知的財産活動において重点を置くべき地域の特色について分析を行い、第7節で検討を行う「戦略本部で取り組むべき課題」の判断材料とする。

【北海道地域において重点を置くべき地域の特色】

戦略本部構成機関へのヒアリングや企業等へのアンケート調査等を通じて抽出した以下2つ分野について、北海道地域の知的財産活動において重点を置くべき地域の特色として挙げる事ができる。

(1) 北海道地域の強み

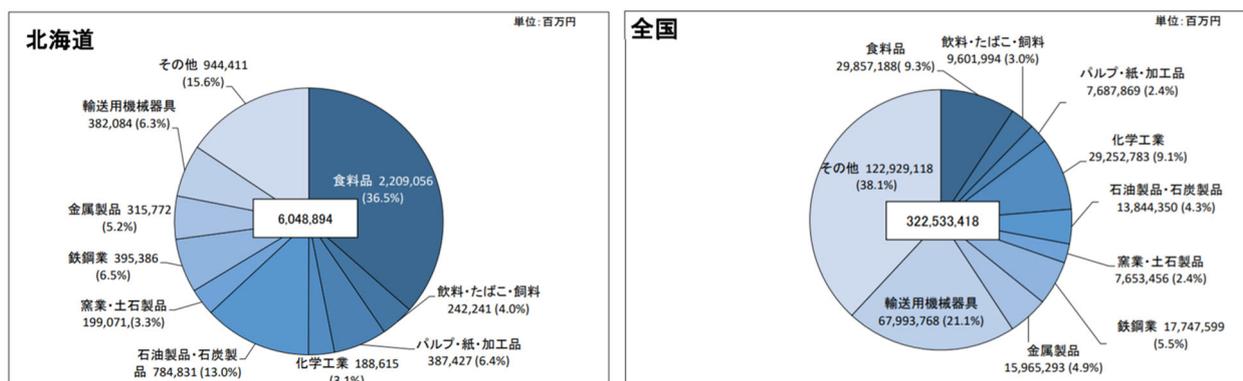
・食関連産業の高いブランド力

北海道は、我が国有数の食料供給地域として地位を確立しており、農業産出額は全国の約14%（都道府県別で1位、令和元年）、漁業産出額は全国の約17%（同1位、令和元年）、食料品製造業の製造品出荷額は全国の約7%（同1位、令和元年）を占めている。これは、北海道地域からの出荷品目額構成に占める食品及び食品加工製品が、全国平均と比較して圧倒的に大きいことから裏付けられており、北海道地域における産業の特色である。

また、近年のインバウンド増加等の影響もあり、北海道各地を旅行する外国人旅行客が、北海道の農林水産品に直接触れる機会を通じて、その品質の高さを知ることによって、国内市場のみならず、海外市場（特に東アジア地域及びASEAN地域）における北海道ブランドが確立されつつあり、今後も食関連分野における更なる輸出機会のポテンシャルを有している。

また、農業機械、漁業機械、選別機械、各種加工機械、品質保持技術、成分抽出技術、評価・分析技術など、農水産品の生産・加工・流通を支える特徴的な企業群も存立・成長し、食を取り巻く技術開発・製品開発のポテンシャルも高まっている。

図表 1：製造品出荷額等の業種別構成（令和元年）



出所：北海道の食品工業の現状（北海道経済部 令和3年10月）

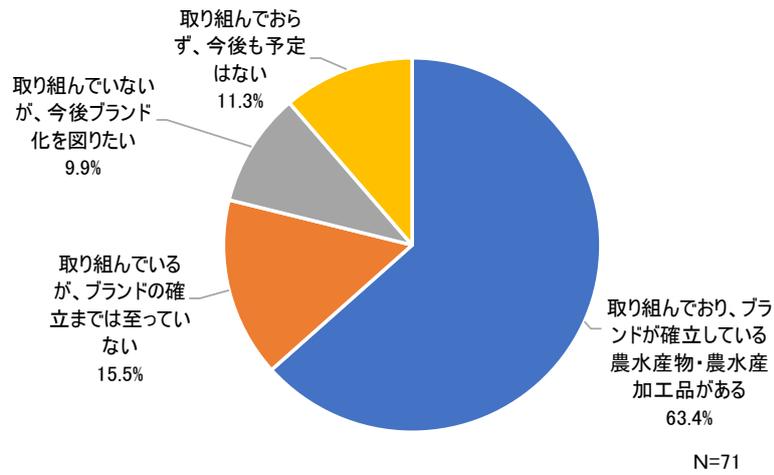
本推進計画の策定にあたり、農協・漁協向けに行ったアンケート調査（詳細は参考資料2を参照）からは、農水産物や農水産加工品のブランド化に対する道内農漁協の意欲の高さが読み取れる。ブランド化に係る取組状況については、「取り組んでおり、ブランドが確立している農水産物・農水加工品がある」と回答した組合の割合が63.4%と高く、次いで、「取り組んでいるがブランド化までは至っていない」が15.5%となっており、約8割の農漁協が何らかの形でブランド化に取り組んでいることが分かる。

その一方で、ブランドの保護に係る制度活用状況を見ると、「いずれの制度も活用していない」と回答した割合が64.8%となっており、次いで、「一般商標を出願し活用」と回答した割合が19.7%、「地域団体商標制度を活用」が15.5%、「地理的表示（GI）保護制度を活用」が5.6%と続いている。この結果から、ブランド化に取り組む組合は多いものの、知財の活用や保護に関する制度活用に至っていない農漁協が多いことが読み取れる。このうち、ブランドの保護に係る制度活用をしていない組合について、制度を活用していない理由についてみると、「制度についてよく知らない」と回答した割合が71.1%と最も多く、次いで「制度活用の方法がわからない」が28.3%となっている。

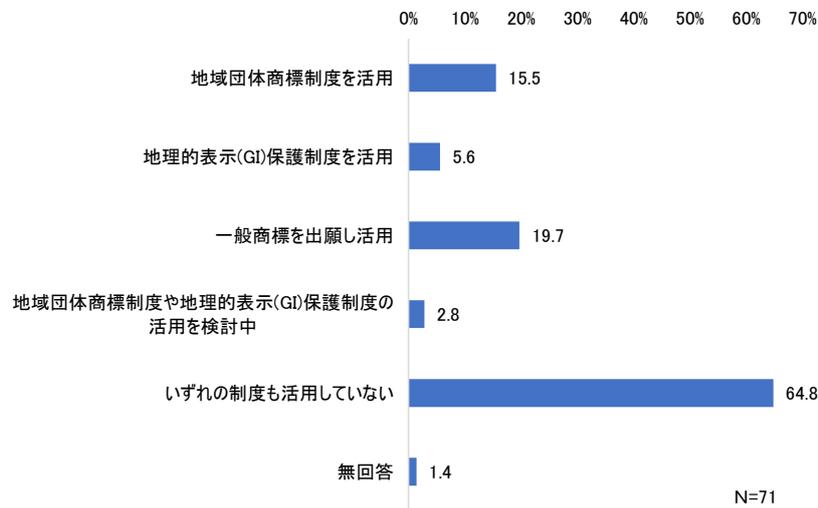
このように、多くの農漁協が農水産物・農水産加工品のブランド化に意欲的である一方、知財の活用や保護に至っておらず、知財に関する制度自体が十分に認知・理解されていないことがその主な原因であることが示唆されている。

北海道地域の強みである食のブランド化を加速させ、また、そのブランド保護を図るためにも、知財支援制度・施策の認知度向上や支援体制の充実が必要といえる。

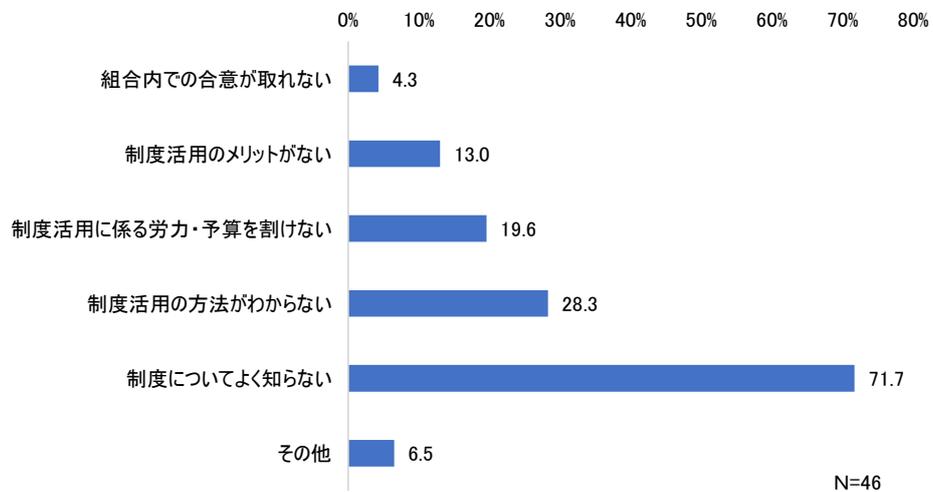
図表2 ブランド化に係る取組状況



図表3 制度活用に係る取組状況



図表4 制度を活用していない理由



(2) 北海道地域で今後成長が期待される分野

・構築が進むスタートアップ・エコシステム

北海道では、全国を上回るスピードで人口減少や高齢化が進み、医療・福祉・商業など、生活に不可欠なサービスやコミュニティ機能が低下することによる多くの社会的課題が存在しており、山積する諸課題解決の担い手として、新たなビジネスモデルを創造するスタートアップ企業の活躍が期待される。道内では特に、創薬、機能的食品、ヘルステックなどの医療・バイオ分野や、AI、デジタルコンテンツ、センシング、データ活用などのIT分野を中心に、起業化および事業展開の動きが活発化している。

スタートアップ企業の活発な動きに呼応する形で、行政・支援機関による支援体制の充実化も進んでいる。2019年9月には、札幌市ほか関係機関が、札幌を始め北海道でのスタートアップ・エコシステムの構築、人材育成を目的とした「STARTUP CITY SAPPORO」プロジェクトを展開。WEBメディアやイベント開催による情報発信のみならず、高校生や大学生向け起業家育成プログラム「SCS Startup School」や、札幌圏12市町村連携による行政型オープンイノベーションプログラムの実施など、スタートアップを生み出し、支える活動を広く展開している。

また、2020年1月には、行政・大学・民間組織等の関係機関が一体となって、札幌・北海道においてスタートアップの創出・成長がなされるスタートアップ・エコシステムの拠点形成し、イノベティブな札幌・北海道を実現することを目的とした「札幌・北海道スタートアップ・エコシステム推進協議会」を設立。同協議会は、2020年7月に、内閣府の「スタートアップ・エコシステム推進拠点都市」に選定され、世界に伍する日本型スタートアップ・エコシステムの拠点の形成と発展を国の支援を受けながら進めている。

このように支援体制の整備・充実化が進む道内のスタートアップシーンだが、道内スタートアップ企業の資金調達額は、平成30年に34億円であり、平成21年から平成30年にかけて年平均31%増加しているものの、その規模は東京、神奈川、大阪、愛知、福岡、京都、山形、千葉に続くものとなっている。¹また、大学発ベンチャーは、令和2年の時点で道内に77社が存在するが、その数は、東京、大阪、京都、神奈川、福岡、宮城、茨城に続くものとなっている。²今後さらに、北海道においてスタートアップ関連の動きが広がりを見せ、支援機関による支援の充実を通じて、スタートアップ企業の創出が促進されることが期待される。

特に、北海道におけるスタートアップ企業においては、バイオ分野等における活動が活発であるが、発展途上にあるベンチャー企業においては、国内外の大手メーカーとの事業提携等を進める上で、そのビジネスモデルを支えるための特許権等の産業財産権による知財の保護が必要不可欠であり、早い段階からの知財支援が必要となる。

・産学官連携によるイノベーションの推進

北海道には理工系の学部を有する国公立・私立の大学が広く立地しており、専門的・特徴的な研究・教育活動を行っている。また、道内各地域にはモノづくり系や農林水産分野など数多くの公設試験研究機関が立地しており、それぞれの地域において企業や農林水産事業者と一体になった研究活動を行っている。

¹ <https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2019/19d9da729243aaab.html>
「日本各地に波及するスタートアップ・エコシステム」(JETRO)より

² https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/univ-startupsdb.html
「大学発ベンチャーデータベース」(経済産業省)より

これらの研究人材集積や活動規模は他府県と比べても上位にあり、例えば、大学における研究者数・研究開発費、非営利団体・公的機関における研究者数・研究開発費、科学研究費助成事業採択金額、大学の研究資金等受入額（共同研究、委託研究）、大学院生数、大学の特許出願件数、論文数は、研究機能が集中している東京都および大阪府を除くと道府県で5位～7位の位置にある。³

他方、プロダクトサイクルの短縮や価値観の多様化など、企業経営をとりまく環境変化に迅速かつ効果的に対応するため、全国的に自社のリソース以外に、他者（企業や大学、公的研究機関）の技術・ノウハウやリソースを活用し新事業の創出や技術革新を目指すオープンイノベーションの取組が進んでいる。

これまで北海道地域においても、大学や公的研究機関が保有する特許やノウハウ等の知的財産の活用促進を図ってきたが、上記のオープンイノベーションの考え方の浸透を踏まえて、今後は研究成果の移転だけではなく、研究着手の段階から企業や地域とともに進める、あるいは産学官の人材交流型で進めるなど、公的研究機能のさらなる活用による新しい形の産学官連携の推進が期待される。

現在、北海道において進んでいる産学官連携の具体的な事例として、以下に2つの事例を挙げる。

I チャレンジフィールド北海道

経済産業省の産学融合先導モデル拠点創出プログラム（J-NEXUS）の第1回採択事業。道内の8大学・国研等と7自治体を含む28機関が参画し、オール北海道の知の結集による価値創出と事業化を図る。8大学・国研等が培ってきた農林水産・工業・情報通信のシーズを起点に、広域の産学融合拠点の創出を目指すプログラム。

II 北海道プライムバイオコミュニティ

内閣府により、地域に応じた特色あるバイオ分野の取組を展開する「地域バイオコミュニティ」として令和3年に認定。北海道大学、北海道、公益財団法人北海道科学技術総合振興センターによる北海道³連絡会（Hokkaido Cubix：北海道キュービックス）がコミュニティの舵取り役となり、道内国公立大学、自治体、企業、研究機関など、多種多様な機関により構成。これら機関のタグにより、第一次産業のスマート化による労働生産性の向上や、環境に配慮した生産技術の研究・事業化、北海道バイオブランドの確立を図り、「だれもが農林水産業に従事したくなる憧れの北海道」を目指すもの。

また、様々なニーズ・課題を抱える大手企業や自治体と、ソリューションの提供を行う中小企業・スタートアップ企業のマッチングによるオープンイノベーションの動きも広がりを見せている。例えば、北海道経済産業局では「Open Innovation Challenge Pitch HOKKAIDO 2021」を展開。オープンイノベーションに取り組む大手企業のIoTや食、ヘルスケア等の様々なニーズに対して、道内のスタートアップ企業等から、新規事業の開発や課題解決を行うための提案を募集し、両者の協業による新事業の創出を目指したマッチングを支援。今後、このようなオープンイノベーションを活用したスタートアップ企業の動きが加速することで、北海道発のイノベーションが数多く生まれることが期待される。

³ <https://www.nistep.go.jp/archives/44942>

「地域科学技術指標 2019」（文部科学省科学技術・学術政策研究所）より

ここまで、北海道で活用が進む産学官連携の取組を確認してきたが、一方で道内企業等へのアンケートによると、他社との間での技術移転に係る取組や大学・公設試との共同研究等について「連携を行ったことがある」と回答した割合は26.1%にとどまっており、多くの企業にとってはまだ、他社や他機関の知財・経営資源を活用するような取組には踏み込めていないことが分かる。

ただし、同アンケートによると、主な事業エリアが「道内」の企業の他社・他機関との連携経験は20.4%だったのに対して、「全国」の企業は33.5%、「国内と海外」の企業は52.9%となっており、広く事業を展開する上で、他社や他機関の知的財産や経営資源を生かす取組が重要な要素であることが読み取れるため、事業展開規模に応じて他機関の知的財産・経営資源を活用するオープンイノベーションの手法を取り入れていくことが、企業の知財戦略として重要な要素といえる。

6. コロナ禍における道内への影響

(1) 新型コロナの道内経済への影響

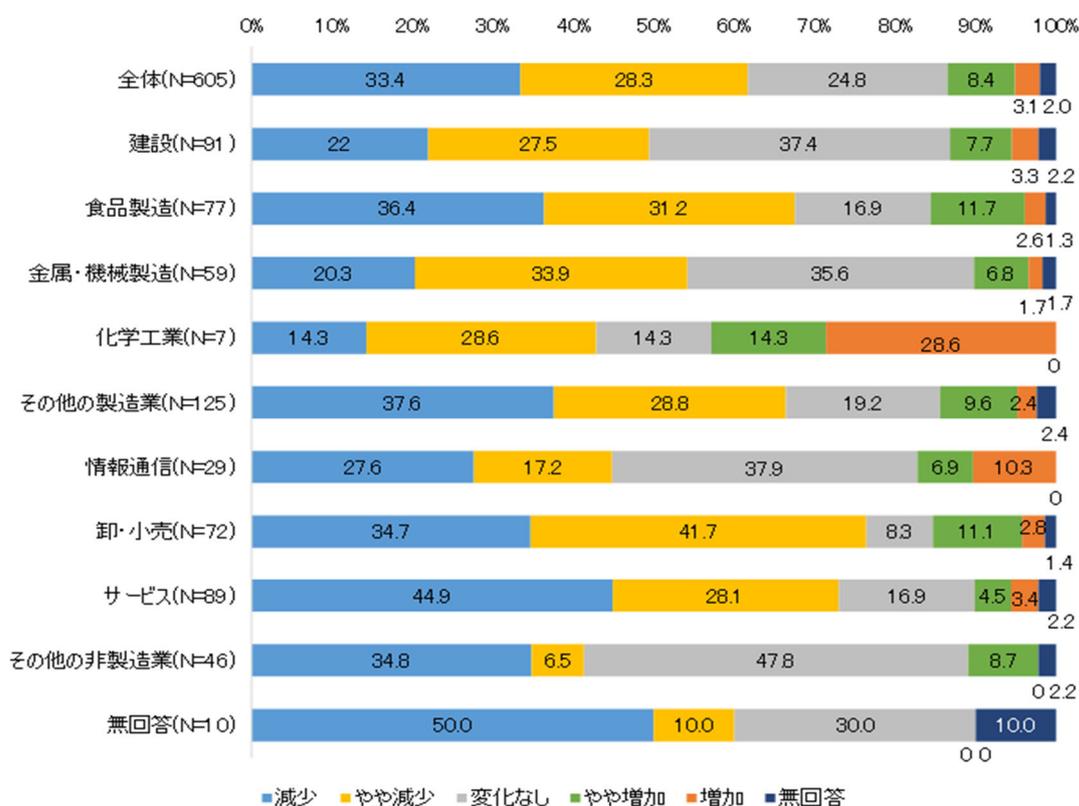
新型コロナの世界的蔓延は北海道経済に大きな影響を与え、厳しい状況が続いている。感染拡大防止のための不要不急の移動の抑制、3つの密の回避への対応、入国規制等は、特に道外・海外観光客の激減や外出自粛により観光業や飲食業は多大な打撃を受け、さらにこれらの産業が供給先となる食品産業等の需要減少をもたらしている。また、国内外への移動の自粛、展示会等の開催中止等により、新規見込み先への営業機会や商品プロモーション・顧客開拓機会の減少等、企業の営業活動に影響を与えている。また、物流面では国際コンテナの不足による物流の停滞や輸出入コストの上昇をまねいている。このような需要の縮小や事業活動の制約等により売上が減少した道内企業は多い。

(2) 新型コロナの道内企業の知的財産活動への影響

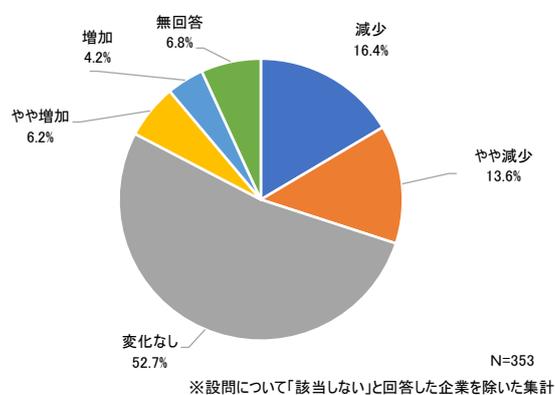
道内企業を対象として実施したアンケート調査（道内企業の知的財産活動等に関する調査）結果では、新型コロナの影響により売上が減少した企業は61.7%で、特に、卸・小売業とサービス業では7割以上の企業が売上減少している。その一方で、その一方で、研究開発予算を減らした企業は約3割のみで、52.7%は変化なしと回答している。

また、5～10年先の研究開発予算の見通しについて、最も多い回答は47.2%が現状維持となっている。

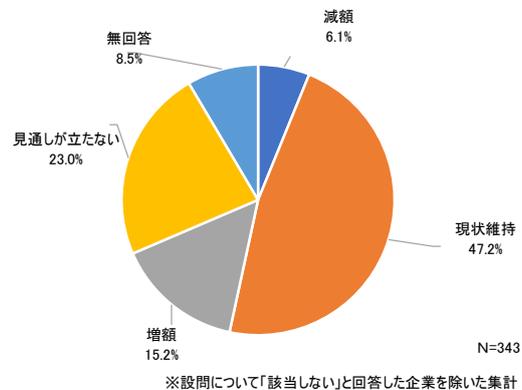
図表5 新型コロナによる売上への影響（業種別）



図表6 新型コロナによる研究開発予算への影響



図表7 研究開発予算の5～10年先の見通し



新型コロナによる知的財産活動への影響に係る自由回答の内容をみると、移動制限や展示会等の中止による情報収集活動やPR活動の停滞、現地での実験の自粛による研究開発の遅れ等であり、多くの企業では知的財産活動への影響は小さいものとみられる。

新型コロナの影響に係る自由回答結果（抜粋）

- ・移動制限により展示会等に行けなかったため、情報の収集が出来なかった。（建設業）
- ・展示会、説明会の中止でお客様に直接説明する機会が少なくPR不足となっている。（卸・小売）
- ・移動制限により現場技術指導・技術特許のPR・技術マッチングなどに影響を受けた。当

社の技術がメインのモデル住宅の完成が大幅に遅れた。(建設業)

- ・実証実験のため試験場を利用しようとしたが、感染拡大時期と重なったため実験を延期した。(サービス業)
- ・海外活動は出来なかった。(食品製造業)

また、道内企業を対象としたヒアリング調査結果をみると、取引先の需要減にともなう受注減による研究開発の縮小や、オンラインでは十分にできない濃密な打ち合わせ機会の減少等が新型コロナの影響としてあげられている。一方、新型コロナによる環境変化に対応して研究開発が活発になった企業もみられる。

新型コロナの影響に係る道内企業のコメント (抜粋)

- ・当社の商品は外食産業向けが多く、新型コロナの影響による受注減への対応から研究開発はやや縮小となった。(食品製造業)
- ・新型コロナウイルスの影響により、オンラインによるミーティングが当たり前になったが、事務的なミーティングを行うには合理的であるものの、濃密な打ち合わせがしにくいのが課題。(食品製造業)
- ・リモートによる商談が増えたが、リモートの場合は試作品を事前に先方に送って商談する必要があり、このため開発のスケジュールを前倒しにする必要が生じたため、むしろ対応が早まるということまでよいことと認識している。(金属製品製造業)
- ・コロナ禍を契機に混雑状況を緩和するための技術開発を依頼されたり、コールセンターの接客向上に向けた問い合わせが増えるなど、自社のビジネス機会は拡大し、研究開発も積極的に行うようになった。(情報通信業 (IT))
- ・業務用から消費者向けの商品の開発の強化やアウトドア市場へ進出するにあたり、研究開発投資が増加した。(食品製造業)

上述のとおり、中小企業における研究開発を中心とした知財活動における新型コロナの大きな影響は見られないものの、一部の企業では海外との人の往来が制限されることにより海外展開検討及び商談等の延期や休止を余儀なくされている。道内におけるPCT出願の出願件数が、2019年(129件)から2020年(82件)の間に減少していることも、そうした影響の一環が伺われる。

海外との往来が制限されているコロナ禍において、海外市場へのチャレンジ、その戦略検討には難しい面もあるが、国内市場がさらに縮小する中で北海道企業にとっても海外事業への取り組みは不可避なことから、知財活動を含めて将来を見据えた準備は必要といえる。

一方、市場・社会ニーズの変化からは、新型コロナを契機にリモート化・デジタル化及びデータ活用の動きが社会全体で急速に進んでおり、ビジネスの現場においてもオンラインによる打合せ・商談の増加や展示会の開催、AI等を活かした混雑の緩和対策等、リモート化・デジタル化に係るニーズが拡大している。また、新型コロナへの対策の中で衛生関連に対する意識の高まり、内食・中食の加速等、需要が拡大している分野もある。道内企業においても、このような環境変化に対応し、人材育成や事業活動を展開していくことが必要と考えられる。

また、このような環境や需要の変化に対応する道内企業の知的財産活動を後押ししていくため、支援機関としては、知的財産の創造に向けた取組が停滞しないよう継続的に啓蒙すること、

オンラインによる相談体勢の充実、新分野進出にあたっての技術マッチング等に取り組むことが重要と考えられる。

7. 戦略本部で取り組むべき課題

ここまで挙げてきた課題や成果を前提として、本節では、経済情勢及び企業活動の変化等に伴い「新規に取り組むべき課題」と、前計画から引き続き「継続して取り組むべき課題」を、それぞれ次のとおり抽出した上で、課題・方向性について具体的な検討を行うこととする。

(1) 新規に取り組むべき課題・方向性

①スタートアップにおける知財マネジメントの確立

第5節でも触れたように、北海道においてもスタートアップ・エコシステムの構築が着実に進んでいる。

北海道地域においてもスタートアップは、将来の地域経済を支えるイノベーションを創出する重要な役割を担っており、スタートアップから生み出される技術やノウハウを知的財産として適切に保護及び活用することで、スタートアップの競争力強化を図っていくことが課題となっている。

しかしながら、創業当初からその経営戦略に知財戦略を取り入れているスタートアップは少数であるとする調査結果が示されており⁴、今年度実施したヒアリング調査においても、北海道地域のスタートアップが、知財戦略等の必要性を理解しつつも、資金面及び人材面の問題から自社における知財管理及び知財戦略等を十分に構築できていないことが浮き彫りとなった。スタートアップにおける知財管理及び知財戦略の欠如は、金融市場、特にベンチャーキャピタル等からの資金調達や他企業との共同開発、ライセンス等自社事業の事業性に大きな影響を与える可能性がある。

こうした中、国によるスタートアップ支援施策として、知的財産戦略本部策定「知的財産推進計画2019-2020」や経済産業省策定「中小企業・スタートアップの知財活用アクションプラン（2021年）」などにおいて、スタートアップの知財活動の推進に向け、知財取引の適正化や知財活動にかかる様々な支援を進めており、北海道においてもスタートアップを対象とした知財マネジメントにかかる普及並びに支援を進める必要がある。

②大学、公設試、企業などの研究成果や保有特許等を活用するための知財活動の促進

第5節「北海道地域の知的財産活動において重点を置くべき地域の特色」の(2)②でも挙げたとおり、北海道ではイノベーションの創出に繋がるような産学官による取組が進められている。ICTの急速な発展やグローバルな競争の激化、そして顧客ニーズの多様化、製品ライフサイクルの短期化等、社会が急速に変化する中で、大学や公設試および他企業など外部の技術や知識を活用し、自社の製品開発やイノベーションを実現することの重要性が高まっている。

大学や公設試、企業では、多くの研究成果や知的財産を所有しており、ビジネスに即、利用可能なものから将来的に社会実装が期待されるものまで多岐に渡るが、こうした研究成果や知的財産を企業側が外部から積極的に取り入れて自社のイノベーションを実現していくことが重要である。

⁴ 特許庁 2017 年度調査事業「中小企業が直面する知的財産の課題および支援のあり方」

特に近年では、一企業の枠を超えて、革新的な製品やサービスの創造を目指す「オープンイノベーション」の取組が注目されており、特許庁・経済産業省においても中小企業と大企業等とのオープンイノベーションを促進するための環境整備が進められている。

一方で、北海道経済部の調べによると、北海道内の産学官の共同研究件数が2014年の1,135件を基準値に2018年が1,543件、2019年が1,551件と増加基調にあるものの、産学官の特許出願数および産学官の特許権実施等件数が伸び悩んでいる。

また、今年度実施したアンケート調査においても、「他社・他組織と知的財産に関する連携を行ったことがある」と回答した企業が全体の3割弱となっており、さらに「オープンイノベーション白書 第三版」によると、日本は欧米企業などと比べオープンイノベーションの実施率が低いことが明らかになっている。

このことから、今後は権利化されていない大学や公設試および企業等有する知的財産の活用促進や、オープンイノベーションを通じた企業の知財活動の推進に向けた取組の強化を図る必要がある。

③海外への技術流出防止に関する普及啓発

北海道においては、上述のとおり、産学官連携による他社や他機関との間で知財を活用するような取組が広がりを見せている。連携先は海外企業にも広がっており、他国の企業・他機関との協業の中で知財を有効活用するためにも、知財の適切な管理を行う重要性は増している。しかしながら、今年度実施のアンケート調査によると、海外への技術流出防止対策の取組について、「営業秘密に係る管理体制を整備している」と回答した企業は全体の1割弱であり、「特に取り組んでいない」と回答した企業が全体の3割近くに達するなど、海外への技術流出防止対策への取組みが遅れていることが伺える。

国では、近年の国際情勢の複雑化や社会経済構造の変化等が進む中、国民生活や経済活動に対するリスクの顕在化が認識される状況を踏まえ、重要物資や原材料のサプライチェーンの強靱化、基幹インフラ機能の安全性・信頼性の確保、官民で重要技術を育成・支援する枠組み、そして特許非公開化による機微な発明の流出防止といった経済安全保障法制について検討を進めているところである。

経済活動のグローバル化に伴い、企業等有する技術情報、ノウハウ、営業秘密等が海外競合企業等によって不正に取得・使用されることへの懸念は高まっている。企業が有する技術情報等の海外への流出は、北海道のみならず、我が国の産業競争力の低下につながる大きな問題であり、特に中小企業においては、こうした技術情報等の管理が徹底されていないケースが多く、競争力を失うリスクは大企業に比べて大きいものと考えられる。

INPITによると、海外進出の際の技術流出や営業秘密が漏洩する要因として、自社の社内体制の未整備によるもののほか、仲介人・商社からの秘密情報の流出、海外拠点の従業員からの技術情報等の流出、現地での改良発明による技術情報の流出などが指摘されている。

また、近年はグローバル人材育成のため大学の国際化が求められ、外国人留学生の数は増加傾向にあるが、安全保障貿易管理の観点から、留学生等による海外への技術流出を防ぐ重要性も高まっている。

④農業分野における知財管理の強化

前述のとおり、北海道は、我が国の食料供給地域として重要な役割を果たしているが、特に農業の分野においては、育成者権により保護された消費者の嗜好や環境に合った優良な新品種が国内で持続的に開発されることにより支えられている。

優れた特長を持つ新品種を用いた農産物は、高値で取引され、農業者の所得向上にもつながる一方、海外等に無断で持ち出しされるリスクも高く、これにより生じる逸失利益は大きい。一例として、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構が開発したブドウ品種である「シャインマスカット」の苗木が海外に流出したことで、中国や韓国国内において無断で栽培され、同国内外で流通することで、我が国生産者が大きな逸失利益を被る事態となっていることが広く知られている。

こうした問題への対処の一環として、令和2年12月、種苗法が改正され、種苗の海外持ち出しの制限や国内での指定地域外の栽培が制限されることとなり、育成者権者の意思に応じて登録品種の種苗の利用を制限することが可能となったところ、道内生産者等への改正種苗法に関する周知に取り組む必要がある。

さらに、農業生産に係る独自技術やノウハウも管理体制の構築の必要である。今回実施したアンケート結果によれば、回答者の20.0%が「技術やノウハウは、共有しても問題ないものと保護すべきものに分けて管理している」と回答する一方で、同じく20.0%が「特に管理をしていない」と回答している。また、組合員が保有する独自技術やノウハウの管理への農協の関わりについての設問においては、「組合員自身の技術やノウハウの管理については、組合員にまかせている」と回答した割合が77.5%を占めており、海外研修生の受入等を通じて、潜在的に技術・ノウハウの流出が起りやすい状態にあるといえる。

なお、畜産分野においては、令和2年10月に和牛遺伝資源の保護強化に向け、「家畜改良増殖法の一部を改正する法律」と「家畜遺伝資源に係る不正競争の防止に関する法律」が成立している。これは、和牛の精液・受精卵について、知的財産としての価値の保護の観点から、不適正な流通等を禁止するものであり、肉用牛の飼育頭数が都道府県別で最も多い北海道においても、その保護の重要性は高まっていると言える。

(2) 継続して取り組むべき課題・方向性

①中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進

スタートアップ・ベンチャー企業を含め、中小企業は北海道の企業の大多数を占めており産業競争力やイノベーションを担う重要な存在となっている。

そうした中小企業経営において、事業拡大や収益力の向上に資する知的財産戦略や知財管理体制の構築の重要性は年々高まってきている。

前計画では、「中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進」をテーマに、中小企業等および農林水産分野の事業者を対象に知財マネジメントの重要性の理解促進、および経営戦略の策定に向けた知的財産の活用についての普及啓発や、中小企業の知財活動のレベル（「知財活用途上型」と「知財活用挑戦型」）に応じたきめ細やかな支援、大学や公設試などが保有する知的財産の活用促進等について方針をとりまとめて取組を進めてきた。

KPIから実績を評価すると、2020年から新型コロナの蔓延による経済活動への影響はあったものの、概ね達成したところである。

しかしながら、今回実施したアンケート調査によると、「知的財産の管理や活用の重要性は認識しているが十分には出来ていない」「知的財産の管理や活用を意識して行っているが知的財産経営までは意識していない」と回答した企業が全体の7割を超えている。さらに、「知財総合支援窓口」「よろず支援拠点」の両方もしくはいずれかを利用・相談したことがある企業は全体の3割弱となっており、中小企業等における知財マネジメントの普及啓発は今後も継続して実施していくことが必要である。

また、中小企業等への知財活動の支援を効果的に実施するためには、知財活動の熟度に応じた支援が引き続き重要である。

さらに、大学、公設試などが保有する知的財産の活用促進についても、前述のように特許権実施等件数は伸び悩んでいること、また、アンケート調査においても「他社・他組織と知的財産に関する連携を行ったことがある」企業が全体の3割弱となっていることから、引き続き大学・公設試および道内外の企業も含めた事業化に向けた特許の実施許諾または譲受・譲渡といった特許流通・技術移転など、技術や知的財産の積極的な活用を促す取組や、大学・公設試・道内外の企業等との技術マッチング支援を積極的に行う必要がある。

加えて、道内の中小企業等においては、北海道の歴史や産業集積等を背景に、これまでに培った技術や技能を有する人材等の経営資源が、自社のブランド力の源泉として大きな潜在力を有しているものの、少子高齢化を通じて急速に進行する国内市場の縮小や事業承継等の課題に対応する必要に迫られている。こうした社会の変化や課題に取り組むため、中小企業等においては、自社の経営資源や強みをデザインによってブランド力とイノベーション力を向上させる「デザイン経営」のコンセプトを経営に取り入れつつ、市場や消費者ニーズの変化を踏まえて、企業競争力を高めていくことが重要である。

②知的財産を活用したブランド形成支援

北海道は自然、食、観光など魅力的な地域資源が数多く存在しており、知財を活用したブランド形成支援の取組は、北海道にとって引き続き重要な施策となる。特に、第5節「北海道地域の知的財産活動において重点を置くべき地域の特色」の(1)①で挙げたとおり、食関連産業のブランド力向上が重要となる。

前計画では、「知的財産を活用したブランド形成支援」をテーマに、ブランドづくりに取り組む地域や機関等に対しデザインや商標等を活用した知財支援を展開してきたほか、地域団体商標制度や地理的表示(GI)保護制度の普及啓発と活用の促進、地域ブランド形成に向けたコンテンツの利用促進、優良品種の育成・保護などについて方針をとりまとめ取組を進めてきた。

その結果、地域ブランド形成に取り組む地域関係機関等において、知的財産権によりブランド価値を保護するという意識を高めること、また地域団体商標制度等の活用を促進させることについては概ね目標通りに進んでいるところであるが、今年度実施した農協・漁協へのアンケート調査によると、ブランド化に係る取組を進めているという回答は多いものの、地域団体商標制度や地理的表示(GI)保護制度、商標等について「いずれの制度も活用していない」が全体の7割弱となっており、ブランド化に向けた手法として、地域団体商標制度や地理的表示(GI)保護制度等の現場での取組はまだまだ遅れているものと考えられ、さらに北海道では「知的財産管理技能検定1級(ブランド専門業務)」保有者がまだ不在であるなど、ブランド支援人材も不足している状況であり今後対応する必要がある。

また、地理的表示（G I）保護制度の申請においては、品質や特性など客観的なエビデンスの準備が必要であり、知財総合支援窓口や公設試など専門機関のサポートが不可欠であることも課題となっているものの「知財総合支援窓口を利用・相談したことがない」と回答した団体が全体の9割を超えるなど、農協・漁協における知財総合支援窓口の認知度は低いと言わざるを得ず、認知度向上に向けた取組も引き続き重要である。

③海外展開支援

経済活動のグローバル化の進展や、日本国内の人口減少の加速化による国内需要の減少等に伴い、農林水産分野を含め様々な産業において知的財産を活かした事業活動の海外展開は、北海道経済の活性化を図る上でも重要である。

前計画では、「企業の海外展開に対応した知的財産の保護」をテーマに海外展開の知財リスク及びその対策に関する普及啓発、海外での商標冒認出願対策、模倣品・海賊版対策に関する普及啓発、中小企業等の海外展開に対する知財支援の展開などについて方針をとりまとめ、取組を進めてきた。

その結果、海外に向けて事業展開する道内中小企業における知財リスクマネジメントの意識の高揚及び中小企業の海外展開については、概ね目標通りに進んでいるところであるが、今年度実施したアンケート調査によると、輸出等海外事業を展開している企業について、自社の商品ブランドや技術・ノウハウを保護するための取組として「産業財産権（特許、商標等）を相手国に出願」と回答した企業は、全体の約5割程度となっており、半数近くの企業が産業財産権の出願を行っていないことが明らかとなっている。また、前述のとおり海外への技術流出防止対策についても徹底しているとはいいがたい状況である。

国でも「中小企業・スタートアップの知財活用アクションプラン（2021年）」の中で、海外展開支援の方向性が示されており、JAPANブランド育成支援等事業と外国出願補助金事業等との連携、海外展開ハンズオン支援と海外知的財産プロデューサー事業との連携、外国出願支援の拡充などが整理されており、北海道でも国の方針に沿い、知財活用に係るリスクマネジメントの意識啓発や情報提供、海外展開支援策のさらなる周知や活用促進など、今後とも企業の経済活動のグローバル化に対応する知財活動を強力に推進していく必要がある。

④人材育成及び知的財産学習支援の推進

経営における知的財産の重要性の高まりに伴い、知的財産人材に求められる能力や役割やレベルも多様化し、知的財産人材の量的な拡大に加え、求められるスキルや技術の多様化に対応する質的な向上が求められている。

前計画では、専門的知識や経験を活かし、企業規模や成長段階に応じたアドバイスができる、様々な分野の知財支援人材の育成・確保の推進や企業内における知的財産人材の育成支援、学校教育の段階から知的財産を尊重する知的財産マインドを育てるため、教育関係者や学生等に対する知的財産学習支援について方針をとりまとめ、取組を進めてきた。

その結果、知財支援人材のスキルアップ及び道内中小企業等における知財人材の確保、知財学習支援環境整備により、児童・生徒の創造性や学生等の知的財産意識の向上につなげてきた。

⑤推進体制の充実・強化

一連の知的財産施策を効果的に実施するため、戦略本部構成機関のネットワークを活かし、構成機関同士が連携を強化し、施策や企業情報の共有を図ることが重要である。

特許庁の「第2次行動計画」においては、今後の基本方針として、地域・中小企業の支援機関の連携と支援の融合を定めている。ここでは、地域中小企業が抱える経営上の課題に応じた、より最適な支援を実施するため、各経済産業局や各自治体、地域の各種支援機関等と連携し、各関係主体が持つ支援施策を組み合わせることで全方位型の支援とすることに加え、情報交換や議論の場を通じて支援手法・支援内容の最適化を図り、一体的な支援を実施することがまとめられている。

また、「中小企業・スタートアップの知財活用アクションプラン（2021年）」でも知財活用促進に向けた支援の方向性として、中小企業庁の実施する経営支援と特許庁・I N P I Tの支援策の連携強化により、知財を含めた総合的なサポートの充実を図るとしている。

前計画では、「本部構成機関の総合力を活かした連携の促進及び支援情報の一元提供」「北海道の産業競争力強化に向けた知的財産の戦略的、効果的活用」「道内支援機関における知的財産分野の連携強化」が基本方針となっており、今後も戦略本部構成機関の連携強化により、道内中小企業の知財に関する様々な課題に対応可能な機能的ワンストップ相談体制の構築及び知財の戦略的活用による北海道の産業競争力強化を目指すことが必要である。

以上のとおり、本章では、新戦略の策定にあたり考慮すべき事項（前計画の総括、北海道の地域特性、コロナ禍の影響、今年度実施した企業等アンケート結果や構成機関へのヒアリング内容等）の分析・確認を行った上で、知的財産戦略本部として取り組むべき9つの課題を抽出した。

次章では、これらの分析・課題抽出を基に、戦略本部として取り組むべき戦略について整理を行う。

第2章 北海道知的財産戦略推進計画〔令和4年度～令和7年度〕

戦略1 スタートアップ・中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進

スタートアップ・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の戦略的な手段として知的財産を位置付ける必要がある。中小企業等の経営戦略において、また経済のグローバル化に対応していく上で、企業等が保有する独自の研究成果や経営資源といった知的財産を、適切に管理・活用する知財マネジメントが極めて重要であるが、とりわけ、スタートアップにおいては、資金調達や出口戦略、大企業との対等なアライアンスを構築する上でも、知財マネジメントは経営戦略上不可欠である。

また、経営資源に限りがある中小企業等においては、大学・公設試等が創造、保有する知的財産を積極的に活用することや、技術的な課題を大学・公設試等の協力を得て解決していくことが、新たな事業展開や研究開発を進める上で極めて有効である。

さらに、競争優位にある農林水産分野やものづくり分野におけるイノベーション創出に重要なことから、企業と大学等との共同研究や特許・技術移転などの連携をさらに強化していくことに加え、大企業等の事業ニーズに対応するために、スタートアップ・中小企業や大学等の技術シーズ、ノウハウを活用するオープンイノベーションを推進していくことも、知的財産の戦略的活用の観点で有効である。

(1) スタートアップにおける知財マネジメント促進支援

スタートアップのビジネスモデルにおいては、革新的な技術やアイデアがそのビジネスモデルのコアであり、起業の段階から知的財産戦略を構築し、保護及び活用していくことが企業経営において重要である。

しかしながら、その創業期において、人材、知識及び資金不足等の要因により、起業家が事業の立ち上げ等に忙殺されるあまり、コアとなる技術やアイデアが適切に保護されていないことが課題となっている。

スタートアップの企業経営における知財の課題としては「自社の製品/サービスの顧客への提供価値が不明瞭」、「有効なライセンスビジネスを描けない」、「資金調達に有効な知財の活用法が分からない」、「秘匿又は権利化の見極めがうまくできない」「特許権の独占期間を長期化する戦略が不十分」及び「既存の特許では自社のコア技術を十分に守り切れていない」等が挙げられ、人的、資金的な制限等の問題からスタートアップが単独では克服が難しい状況にあり、構成機関等による支援が必要となる。

こうしたスタートアップの企業経営における課題克服に向けて、特許庁においては、スタートアップ支援チームを中心にスタートアップ向け知財ポータルサイト「IP BASE」を通じた情報発信を積極的に実施しているとともに、弁理士や中小企業診断士等の専門家チームによる型の伴走型支援を提供する「知財アクセラレーションプログラム（IPAS）事業」を通じてスタートアップにおける事業戦略（資金調達及びM&A等）の構築支援を実施している。また、2021年12月には、特許庁・INPITによる「中小企業・スタートアップの知財活用アクションプラン」が策定され、当該アクションプランに基づく伴走型支援「加速的支援事業」を通じたスタートアップ支援も検討されているところ、各構成機関においては、道内スタートアップに対して、こうした支援策に関する情報提供を通じて、スタートアップ経営に資する支援事業へのアクセス支援を実施する。

また、知財総合支援窓口等を通じ、知財マネジメント構築に資する専門家派遣等を通じた支援を実施するとともに、大企業とのライセンスや共同開発等における知財取引の適正化を図るため、スタートアップに対して「研究開発型スタートアップと事業会社のオープンイノベーション促進のためのモデル契約書」等の普及を図る。

(2) 中小企業等の知財マネジメントの普及啓発と知財活動へのきめ細かな支援

道内中小企業等における知財マネジメントのさらなる活用実現においては、知財マネジメントの普及啓発とともに、中小企業等が知財活動を実施するためのきめ細かな支援が必要である。

まず、中小企業等に対する知財マネジメントの普及啓発に関して、従前より構成機関による知財マネジメントの重要性に関する普及啓発の取組を進めているが、中小企業等における重要性・必要性等に対する意識は必ずしも十分とはいえない。

このため、引き続き、知財マネジメントの重要性の理解増進を図るため、中小企業経営者や担当者、企業を支援する金融機関などに対し、経営戦略の策定に向けた知的財産の管理・活用について普及啓発を行うとともに、道内の知財支援機関及び支援内容に関する情報発信を強化する。

また、北海道の基幹産業である農林水産分野においても、国内外における需要の拡大により、模倣品等の流通や商標冒認出願などの問題等が発生するなど、知的財産の保護の重要性が高まっているものの、経営に農林水産知財の保護・活用を取り入れている農林水産事業者は、まだ十分とはいえない。

このため、農林水産事業者や関係団体等を対象とした研修やセミナー等により、知財マインドの醸成を図るとともに、弁護士・弁理士等の知財専門家や相談窓口に対しても、農林水産分野への理解を深めるよう働きかけ、農林水産知財の支援体制及び相談体制の一層の強化を図る。

さらに、中小企業が保有する技術のうち、権利化はせず、ノウハウとして管理する技術について適切に保護する体制を構築するため、弁護士・弁理士等の知財専門家や相談窓口を通じてノウハウの管理の重要性について中小企業等へ普及啓発を行う。

加えて、中小企業等が直面する人口減少等による国内市場の縮小や事業承継等の経営課題への取組の一つとして、デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用する経営手法である「デザイン経営」の普及啓発も進める。デザイン経営の本質は、人（ユーザー）を中心に考えることで、根本的な課題を発見し、これまでの発想にとらわれない、それでいて実現可能な解決策を、柔軟に反復・改善を繰り返しながら生み出すことであり、道内中小企業等におけるイノベーションの促進を図る上で重要である。

一方、企業に対する知財活動支援を的確に行うためには、知財活動のステージに応じた支援を展開することが重要である。

このため、道内各地域の実情及び中小企業等が求める内容に応じたきめ細かな支援のため、

中小企業等を「知財活用途上型企業⁵」、「知財活用挑戦型企业⁶」の категорияに分けて支援を行う。

また、金融機関やベンチャーキャピタルにおいては、近年 SDGs や ESG 投資（環境（Environment）・社会（Social）・ガバナンス（Governance）要素も考慮した投資）というキーワードが潮流となりつつある。このような SDGs や ESG の技術的課題解決に貢献する知的財産や実現戦略は、今後着目されることが予想され、知財投資・活用の重要性は一層高まっている。このため、金融機関における「知財ビジネス評価書」や「知財ビジネス提案書」等の活用を促し、中小企業・スタートアップ等の事業性評価に知財評価情報を組み込み、知的財産や知的資産に着目した事業性評価やこれに基づく融資、本業支援等の促進を通じて道内産業の活性化を図る。

さらに、令和4年1月に内閣府知的財産戦略推進事務局及び経済産業省が公表した「知財・無形資産ガバナンスガイドライン⁷」においては、「投資家や金融機関に伝わる知財・無形資産の投資・活用戦略の構築・開示・発信」が重要であると位置づけられており、戦略の開示・発信にあたり投資家や機関投資家が重視する視点を「5つのプリンシプル（原則）」として、企業がとるべき「7つのアクション」まとめているところ、中小企業等の支援にあたっては、当該ガイドライン等の紹介を通じて、中小企業等が知財・無形資産の投資・活用戦略の開示やガバナンスの構築に取り組むことで、金融機関等からの評価を高める効果がある点について、中小企業等に理解を促す。

加えて、大企業等と連携・協業する中小企業等を支援するため、中小企業等が、大企業等と連携・協業する際の留意点や、その過程で発生する課題等について周知する取組を進め、中小企業等が公正かつ自由に競争できる環境が整備されるような相談体制を整える。例えば、大企業等と中小企業等における知財取引の適正化を図るため、「知的財産取引に関するガイドライン・契約書のひな形」等の普及を図る。

<知財活用途上型企业に対する支援>

知的財産は、将来のキャッシュフローの源泉となる資産であり、研究開発力のアピールや販路開拓のきっかけになり得るものであり、経営戦略上の重要な要素の一つである。知的財産に馴染みのない中小企業等に対して気づきを促し、こうした意識を普及・浸透させるため、例えば、経営戦略について知財を活用した成功事例の周知を行う等、知財総合支援窓口等による中小企業等に対する積極的な普及啓発活動を実施する。

また、中小企業等にとって身近な存在である、金融機関、商工会・商工会議所等の中小企業支援機関に対しても、知的財産の普及啓発を行う。

<知財活用挑戦型企业に対する支援>

特許情報分析や知財競争力分析等による事業展開力向上に関する支援及び海外展開を志向する企業に対する権利取得から権利行使・活用までの一貫通貫の支援を行う。中小企業等によ

⁵ 権利化できるような知的財産（特に技術）を有しておらず、知的財産に対する意識も薄く、多くは下請けの立場にある企業。知的財産を有しているが、管理する人材の不足、薄く、多くは下請けの立場にある企業。知的財産を有しているが、管理する人材の不足、活動資金の不足等により知財を有効に活用できていない企業も含む。

⁶ 自らが保有する知的財産を意識して権利化を行い、それを活用して海外展開も含めた挑戦的な活動を行っている企業。なお、当該企業分類については「知的財産推進計画2017」に基づき作成。

⁷ 知財投資・活用戦略の有効な開示及びガバナンスに関する検討会「知財・無形資産の投資・活用戦略の開示及びガバナンスに関するガイドライン」

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/tousi_kentokai/governance_guideline_v1.html

る商品・サービスの高付加価値化及び新市場の開拓を支援するため、デザインやブランドのさらなる活用を通じて、より付加価値の高い商品開発、自社ブランドの構築、新分野の開拓や地域ブランドの創出など、事業化を見据えた支援を行う。

(3) 産学官・企業間の連携推進によるイノベーションの促進と知財活動の強化

道内では、産学官連携によるイノベーション創出の動きが活発化する中、中小企業等においては、大学や公設試等と連携して研究するとともに、研究成果や知的財産を積極的に取り入れて、自社のイノベーションや課題解決を実現していくことが重要である。

このため、道内企業等と大学・公設試等との共同研究や出願、さらに、道内外の他企業が保有する特許の実施許諾又は譲受・譲渡といった特許流通・技術移転など、道内外の技術や研究成果等、知的財産の積極的な活用を促す取組を引き続き進めるとともに、大学、公設試、企業及び金融機関等の知的財産担当部門や各種支援人材等による企業ニーズのきめ細かな収集や、大学、公設試、企業等のシーズと企業ニーズとのマッチング支援を積極的に行い、オープンイノベーションを推進する。

なお、道内の大学や公設試の有する信用力やブランド力を活用した新商品開発やコラボ商品の開発を、中小企業等に促すことも有効である。原材料の品質や機能性に加えて、大学や公設試のブランド力を背景に備えた優良素材が存在しており、こうした素材を活用することで商品・サービスの差別化・付加価値化を図り、ビジネスを優位に展開できる可能性があることから、中小企業等に対してブランド視点に立った大学及び公設試の活用や共同研究等を促進することもひとつの方法といえる。

目 標
<ul style="list-style-type: none"> ・道内中小企業・スタートアップ等の知財マネジメント意識を高め、知財を盛り込んだ経営戦略の策定による企業自身や大学・公設試・企業等が創造・保有する研究成果・知財の効果的な活用により、道内企業等の知財活動を活性化させる。 <p>(参考指標)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・知財マネジメント等に関するセミナー等実施回数・参加者数 ・個別企業訪問件数 ・北海道知財総合支援窓口等の相談件数（全体・サテライト・専門家派遣） ・産学官の共同研究件数、特許出願件数、特許権実施等件数（道内国立大・高専・公立大・私大等・道総研）

数値目標
<ul style="list-style-type: none"> ●令和4年度までの地域KPI（「第2次地域知財活性化行動計画」に基づき、特許庁が令和2年7月に設定した成果目標） <ul style="list-style-type: none"> ・特許流通サポーターによる特許流通相談件数：755件（2018年度：714件） ・道内大学等における特許権等の実施許諾数：880件（2017年度：712件） ●令和7年度までの目標

・北海道知的財産総合支援窓口における新規のスタートアップ・中小企業等に対する「相談件数」、「専門人材による支援件数」、「よろず支援拠点との連携件数」を、令和2年度実績（相談件数：516件、専門人材による支援件数：21件、よろず支援拠点との連携件数：21件）に対して、それぞれ1割以上増加させ、以下の件数を目標とする。

○相談件数：570件

○専門人材による支援件数：30件

○よろず支援拠点との連携件数：30件

・中小企業・ベンチャー企業における知財戦略構築を目的とした弁理士及び中小企業診断士等専門家による伴走型支援を10社以上に実施する。

・中小企業におけるビジョン及び新製品・新サービス創出等に資するデザイン経営導入支援を、令和4年度～令和7年度の4年間で5社以上に対し実施する。

戦略2 知的財産を活用した食・農業分野等のブランド形成の促進

北海道には、豊かな自然や安全・安心で美味しい食、質の高い観光資源といった多彩な魅力を持つ地域資源が数多く存在し、その独自性、優位性は国内のみならず、海外においても高い人気があり、地域ブランドを構築する上で、大きな強みとなっている。

道内各地における、地域特性を活かした地域ブランドの価値を高めるためには、地域団体商標制度やEU等海外でも保護される可能性のある地理的表示（GI）保護制度等の活用、映像等コンテンツを活用した情報発信も有効な手段である。これら個別のブランドの磨き上げとともに、各地域が連携することで、全体としての北海道ブランドのイメージアップに繋げ、道外及び海外に向けた認知度や信頼度をさらに高めていくことが必要である。

また、高品質な道産農産物を支える優良な品種を、重要な知的財産として捉えた上で、改正種苗法等の趣旨も踏まえ、その育成・保護を強化することが必要である。

（1）デザインや商標等を活用したブランド形成の促進

北海道にとって食・農水産物は、海外にも通用する高いブランド力を有するが、そのブランドが、第三者による無断使用や便乗商売、粗悪品の流通により、信用が著しく損なわれることが懸念される。

これを防ぐとともに、高い技術や品質を備えた商品の高付加価値化・ブランド化を後押しするため、ブランドづくりに取り組む団体や中小企業等に対し、引き続きデザインや商標等を活用したブランド形成の支援を行うとともに、不足するブランド支援人材の育成を目指す。

（2）地域団体商標制度、地理的表示（GI）保護制度の普及啓発と活用の促進

地域団体商標制度及び地理的表示（GI）保護制度は、高い信頼性に繋がり、地域ブランドの取組を促進させるために有効な手段の一つである。

地域団体商標制度及び地理的表示（GI）保護制度は、製品の信用を模倣から守り、広告・宣伝的価値を高める効果があるものの、「登録要件」「保護の対象」「効力」「効力範囲」「規制手段」などが異なり、地域ブランドの目的や保護対象、活用方法などに応じて選択し申請することが求められることから、使用者側の理解と協力が不可欠である。

今後、地域団体商標制度、地理的表示（GI）保護制度の普及啓発を強化するとともに、両制

度の活用が想定される案件を発掘し、知財総合支援窓口や GI サポートデスクなどの活用を通じて、相談対応や権利取得に向けたフォローアップを行う。また、現在制度を活用している団体等に対しては、さらなる活用促進に向けて、効果的な利活用を促進するための支援を継続して行う。

(3) 地域ブランド形成に向けたコンテンツの利用促進

音声や動画、映像等の良質なコンテンツを利用した北海道ブランドの強化及び道内各地域における地域ブランド化の取組は、同時にコンテンツ市場の拡大と販売促進に繋がるとともに、映画や映像の撮影地、アニメーションの舞台などが周知されれば、観光客誘致や雇用創出など新たな経済効果を生むことが期待できる。

一方で、コンテンツの形態及びコンテンツの流通経路はこれまで、固有の流通経路により配信されていたものの、近年ではインターネットを通じた動画配信や SNS が中心となるなど多様化し、個人へ直接的に配信されるインフラが整ってきていることから、道内観光資源や素材の映像コンテンツ化の推進に取り組むことで、北海道ブランドの国内外展開の足がかりとする。

また、テレビ・新聞等のマスメディアは、広いターゲットに周知が可能かつ高い影響力を持つことから、ネット・SNS に限らず従来型メディアも用途によって使い分けた活用を促す。

(4) 優良な品種の育成・保護の強化

高品質な道産農産物を支える優良な品種は、重要な知的財産であることから、農林水産物のブランド化を進めるため、今後も道内における品種の開発及び登録を引き続き推進する。

これまでの種苗法は、国内における権利保護を想定しており、登録品種であっても海外への種苗の持ち出しを止められないという問題があったが、2020年に種苗法の一部が改正され、登録品種は海外への種苗の持ち出しを制限できるようになり、さらに自家増殖を育成者権者の許諾に基づいて行うといった措置なども講じられた。

今後は、改正種苗法について関係者へ周知を図るほか、農産物の輸出や海外での栽培が想定される品種については、海外での無断増殖を防ぐため、国の海外出願支援事業の活用等により、海外品種登録についても推進する。

さらに、2020年に和牛遺伝資源の保護強化を目的とする「家畜改良増殖法の一部を改正する法律」及び「家畜遺伝資源に係る不正競争の防止に関する法律」が成立・施行され、これにより、契約に違反した使用や譲渡等に対し、差止請求や損害賠償請求ができるようになったほか、家畜人工授精所等以外で保存されている精液等の他人への譲渡禁止が明示され、和牛の精液・受精卵の流通管理が強化されたことから、これらの法律及びその内容について、関係者へ周知を図る。

目 標
・企業等におけるブランド価値の創出を進めるため、中小企業等に対して「デザイン経営」の普及啓発及び導入支援を行う。
・地域ブランド形成に取り組む地域関係機関等において、知的財産権によりブランド価値を保護するという意識を高めるとともに、地域団体商標制度等の活用を促進する。

- ・優良な品種を保護するため、改正種苗法について関係者に周知を図る。

(参考指標)

- ・地域ブランドに関するセミナー等実施回数・参加者数
- ・地域団体商標出願・登録件数
- ・地域団体商標累計登録件数、都道府県順位 ・地理的表示（G I）登録件数
- ・北海道知財総合支援窓口相談件数（商標、地域団体商標、種苗等）
- ・地域団体商標海外展開支援事業採択件数
- ・デザイン経営に関するセミナー等実施回数・参加者数
- ・知的財産管理技能検定1級（ブランド専門業務）保有者数
- ・改正種苗法に関するセミナー等実施回数・参加者数

数値目標

●令和7年度までの目標

- ・地域団体商標及び地理的表示（G I）保護制度の累積出願（申請）件数を、令和2年度末実績（地域団体商標：59件、地理的表示（G I）保護制度：3件、計：62件）に対して8件増加させて70件とし、登録に向けたフォローアップを行う。
- ・道内団体等に対して、地域団体商標制度及び地理的表示（G I）制度等の普及啓発にかかるセミナー等を令和4年～令和7年度までの4年間で10回以上実施する。

戦略3 経済活動のグローバル化に対応する知財活動の推進

経済のグローバル化の進展や国内市場が縮小する中、今後の北海道経済の活性化を図る上で、成長著しいアジアをはじめとする海外市場を新たに取り込むため、農林水産分野も含め、道内中小企業等の海外展開を積極的に推し進めることは極めて重要である。

道内中小企業の海外展開については、外国において日本地名や商品名などが第三者に出願・登録されてしまう、いわゆる商標冒認出願、取引先による技術及び知的財産の盗用、現地従業員や離職した従業員などによる技術・ノウハウの漏洩・流出など、知財面のさまざまなリスクがあり、その対策が常に必要となっている。加えて、近年では、経済安全保障の観点から、日本国内からの技術流出等に対する懸念が高まっており、海外展開如何に関わらず、大学等による研究成果を含めた技術流出防止への対策も重要である。

こうした状況に適切に対応するためには、中小企業等自身が、海外展開に係るリスク管理意識を持ち、必要な対策をあらかじめ講じた上で海外展開を進めることが極めて重要であるため、知財リスク及びその対策の必要性について普及啓発を図るとともに、海外展開支援機関のノウハウやネットワークを積極的に活用し、進出国の現地情報をはじめとした法令・制度動向・知財実務情報等の提供や海外展開支援関連施策の活用を促進する必要がある。

また、知的財産侵害の疑いのある製品・商品について、差止申立制度を活用した水際での取締りを強化するとともに、その重要性をPRしていく必要がある。

さらに、海外展開を行っていない中小企業のみならず、大学や研究機関等においても、営業秘密や研究成果等の管理の重要性等に関する意識啓発を行う必要がある。

(1) 海外展開における知財リスク及び対策に関する普及啓発

人口減少の加速による国内需要減少等の対応策として、海外市場への進出を目指す企業等が増えているが、特に新型コロナの影響を受け、これまで国内市場重視であった企業等においても、海外市場への事業展開の検討が進むものと考えられる。

このため、中小企業・スタートアップ等の海外展開にあたっては、事業に即した知財リスク対策を講じておくことが極めて重要であり、このことを十分意識した事業展開が図られるよう、中小企業・スタートアップ等の経営層や知財担当者などに対し、知財に関するリスクマネジメントの重要性及び知財リスク対策について普及啓発を行う。なお、各企業における海外展開の進み具合により求められる知財対策が異なることから、海外展開のフェーズに応じた適切な知財支援が出来るよう必要に応じて個別の企業相談にも対応する。

また、海外に関心はあるものの、次のステップに踏み出せないでいる企業等に対しては、海外展開支援機関と連携した情報提供を行うことで、道内中小企業等の海外展開を促進する。

(2) 海外での商標冒認出願対策、模倣品・海賊版対策に関する普及啓発

北海道ブランドの世界各地への広がりやアジア諸国の経済成長を背景に、海外において北海道の地名や商品名等の第三者による商標登録出願、いわゆる商標冒認出願や取引先等による知的財産の盗用、技術・ノウハウの流出問題が後を絶たない。このような知財リスクに適切に対処するため、引き続き海外展開支援機関と連携し、進出国に関する情報提供や海外展開支援関連施策の活用促進を図る。

また、権利侵害の疑いのある商品の輸入又は輸出に関する「差止申立制度」や現地調査機

関を活用した侵害調査支援、警告書の作成・送付や外国の行政機関による取締り（侵害行為の差止め等）の申請手続といった、海外現地での侵害対策支援施策の周知を積極的に行うとともに、国内において流通・販売されている模倣品・海賊版は社会悪であり、買わない、使わないという意識を高めるための普及啓発を促進する。

現在、インターネット上では、簡単に国境を越えて商品を購入できる電子商取引が普及しているが、主要な EC サイトにおいては、知的財産権を重視する姿勢が強化されている。特に、意匠権者や商標権者からの所定の申告手続により、速やかに被疑侵害品が削除されるシステムが設けられているが、EC サイト利用事業者には十分に浸透していない。

このため、EC サイトを利用して商取引をする企業等に対しては、意匠権や商標権等を取得しておくことで、EC サイト上の模倣品を迅速に排除できることや、逆に他の知的財産権者から被疑侵害品として申告された場合には、当該 EC サイト上の取引が停止されるおそれがあり、一旦停止されると解除が事実上困難であること等、知的財産権の視点から見た EC サイト利用上の留意点について学べる機会を提供する。

（３）中小企業等の海外展開に対する知財支援の展開

中小企業等が、海外マーケットで自社商品の販売やサービスの提供を円滑に展開するためには、海外マーケットニーズの把握や進出先国の商慣習の把握、商流・物流の検討やプロモーションなどとともに、自社商品やサービスを守るための知財活動が不可欠である。

このため、海外展開する中小企業等に対し、進出先国の知財制度や地域特性に関する情報提供、海外展開における知財戦略の構築や、特許・商標等を取得するための外国出願費用、海外で生じる訴訟費用の助成、海外知的財産プロデューサー等専門家による個別支援など、対象事業者の海外展開のステージに応じた一貫通貫の支援を行う。

また、農林水産分野については、農林水産省が設置した「農林水産知的財産保護コンソーシアム」が実施する海外での北海道の地名を用いた商標登録出願や模倣品・産地偽装品の流通等に関する調査結果を活用して、農林水産知財に対する侵害に関係機関・団体と緊密に連携して対応する。

（４）海外への技術流出防止に関する普及啓発

経済活動のグローバル化に伴い、企業等の有する技術情報やノウハウ、営業秘密等が、海外競合企業等によって不正に取得・使用されることへの懸念が高まっている。

我が国における技術情報等の保護については、不正競争防止法において、事業活動における公正な競争の確保を目的とした様々な規定が設けられており、経済産業省も不正競争防止法を改正し、企業等のノウハウや技術情報が、社内で適切に管理されるよう指針を制定しているが、今後は、技術流出防止のため、「秘密情報の保護ハンドブック」「秘密情報の保護ハンドブックのてびき」等の活用を通じて、企業等に対する普及啓発を行うとともに、秘密保持契約及び特許などを組み合わせた、自社技術の流出防止にかかる手法に関する普及啓発を行う。

また、経済産業省などの中央省庁や JETRO などの支援機関が主催する、経済安全保障に関連するオンラインセミナー等について、道内の企業や大学、公設試等にも広く周知を行い、視聴を促すことで、海外への技術流出等に関する道内の危機意識を引き上げる。

目 標

- ・海外に向けて事業展開する道内中小企業における知財リスクマネジメント意識の高揚及び中小企業の海外展開を支援する。
- ・海外への技術流出防止等に関連するセミナー等について、道内の企業や大学、公設試等に広く周知を行い、道内の危機意識を引き上げる。

(参考指標)

- ・海外展開に関するセミナー等実施回数・参加者数
- ・北海道知財総合支援窓口相談件数（海外展開・外国出願関連）
- ・PCT 出願件数 ・マドプロ出願件数 ・模倣品対策支援事業採択件数
- ・防衛型侵害対策支援事業採択件数
- ・冒認商標の無効・取消係争の費用助成採択件数
- ・外国出願支援事業採択件数
- ・知的財産侵害物品差止件数
- ・海外への技術流出防止等に関するセミナー等の実施回数・参加者数（本部以外の機関が主催するイベントについて、道内関係機関に周知した案件を含む）

数値目標

●令和7年度までの目標

- ・外国出願補助金の活用等を通じて道内企業による国際特許出願件数及び国際商標出願件数を、令和3年度末実績（国際特許出願：121件、国際商標出願：22件、計：143件）に対して約2割増加させ、令和7年度には170件を目指す。
- ・海外への技術流出防止等に関するセミナー等の周知活動を、令和4年度～令和7年度の4年間で15回以上行う。
- ・中小企業における海外展開を支援するため、I N P I T知財海外展開プロデューサー及びJ E T R O海外プロデューサー等専門家派遣を10回以上実施する。

戦略4 人材育成及び知的財産学習支援の推進

経営資源に限りがある中小企業・スタートアップ等が、知的財産活動の促進や知的財産戦略の確立を図るためには、専門的知識や経験を活かし、企業規模や成長段階に応じた適切なアドバイスができる様々な分野の知財支援人材を必要に応じて活用することや、企業内においても、知的財産意識が高く、知的財産への適切な取組ができる人材の育成・確保が重要である。

また、将来を担う知財人材を育成するには、知的財産学習支援に関する教育関係者の理解増進と教育関係機関との連携による環境整備を図る必要がある。

(1) 知財支援人材の育成・確保の推進

知財支援人材は、近年の事業環境・研究開発環境の変化に伴い、知的財産を経営の中核に据えたスタートアップの胎動、海外展開の進展と新興国の成長によるリスク管理の高度化、オープンイノベーションの進展に伴うコーディネータ的役割の増大など、企業等の知財活動を支援する側として習得すべき知識・ノウハウも広がっている。

こうした点に留意し、各支援機関においては、知財支援人材を対象とした研修会の開催や、座学だけではない道内中小企業等との連携による実践型（現場ケーススタディ型）の人材育成事業等に取り組む。また、日頃から企業等との関わりが深い金融機関、地域商工団体、業界団体における内部人材向けの知財研修に協力する。

知財支援人材の確保に向けては、道内の支援人材の育成だけでなく、知的財産の専門家派遣など、特許庁・経済産業省・文部科学省を中心とした国の関連事業の積極的な利用を図る。

図表8：知財支援人材のマトリックス

		支援対象	
		A. 知財活用挑戦型企业	B. 知財活用途上型企业
支援内容	1. 気づき		B 1 (不足)
	2. 知財戦略	A 2 (今後不足の可能性)	B 2 (今後不足の可能性)
	3. 知財実務	A 3 向け (不足感なし)	B 3 (不足感なし)

図表9：「知財支援人材のマトリックス」における各区分に該当する人材像

人材種別	人材の概要	具体的な人材像 (①知財系人材 ②経営・マネジメント人材)	人材の不足感
A 1	—	—	—
A 2	経営戦略に応じた、高度な知財戦略の骨格を策定、実践体制など知財活動基盤の整備を支援する人材	① 企業勤務経験のある弁理士・弁護士 ② 知財実務やコンサルティング経験のある支援機関職員	中

A 3	国内・海外出願実務、国内・海外企業とのボーダレスな係争に関する実務、国内・海外企業とのライセンス契約等の高度な契約書類作成実務等の主として高度な実務面の支援を提供する人材	① 海外の法制度にも明るく、補助金等の支援メニューについて知見を有する弁理士・弁護士	低
B 1	知財の重要性を気づかせ、知財活動へのきっかけを与える人材	① 知財戦略立案、知財出願実務を通じた企業との接点を豊富に有する弁理士・弁護士 ② 中小企業を訪問する機会を豊富に有し、経営課題解決の一手法として知財支援活動に取り組んでいる金融機関担当者、商工会議所経営指導員、自治体職員	高
B 2	経営者とともに経営戦略に沿った知財に対する取組の基本方針を考える人材	① コンサルティング経験を有する弁理士・弁護士 ② 知財実務経験を有する中小企業支援機関職員	中
B 3	出願実務、係争に関する実務、知財に関する契約等の書類作成実務等の実務面の支援を提供する人材	① 専門家としての豊富な経験、企業との密接な接点を有し、知財実務を行う弁理士・弁護士	低
間 接 支 援 人 材	金融機関等の中小企業支援関連機関や知財支援機関等に属し、中小企業の知財に関するニーズを把握しニーズを満たすために適切な直接支援人材を紹介する人材	① 中小企業支援を通じ、中小企業のニーズを把握できる状況にある人材 ② 日常的に中小企業を訪問する機会を豊富に有する金融機関担当者、商工会議所経営指導員、自治体職員 知財を主業務としない専門人材(司法書士・税理士など)	高

出所：「地域・中小企業の知財支援人材に関する調査（特許庁委託調査）」に基づいて作成

（２）中小企業等の人材育成支援

中小企業等に対し、知的財産の戦略的活用の取組を広げるためには、経営層の知財意識や知財知識の向上が重要であることから、先行事例を用いた知的財産の実践的な研修会・セミナーを実施する。その際、過去の研修会やセミナーで評価の高かった内容等を検証し、多様化するニーズや産業分野に即したテーマ・内容を提供できるようにする。

また、企業等の事業戦略に知的財産を織り込んでいくためには、経営層のみならず研究開発から営業・マーケティングに至るまでの全体の底上げが必要であることから、実践型の人材育成事業を通じて、支援人材とともに企業内の人材育成を図る。

このほか、自社の製品・サービスに精通した従業員が、知的財産の適切な管理・活用を継続的に行うことが重要であることから、知財管理技能検定の取得を奨励するとともに、特許情報

の分析手法等の実務レベルの研修会を実施する。

さらに、スタートアップ支援については、知的財産戦略を中核に据えた専門家によるハンズオン支援を行いながら、起業家の知財ノウハウの高次化・蓄積を図る。

(3) 学生等に対する知的財産学習支援の推進

将来の北海道地域の社会経済を担っていく知財人材の育成の観点から、学校教育における知的財産の役割がさらに重要になっていくことから弁理士会北海道会及び北海道発明協会が中心となって学生を対象とした知的財産の重要性の理解促進に資する講座及びセミナー等を実施する。

また、道内各地域の教育機関との連携により、児童・生徒を対象とした科学技術や知的財産の意識醸成に寄与しうるイベントを開催する。

目 標
知財支援人材のスキルアップ及び道内中小企業等における知財人材を確保するとともに、知財学習支援環境整備により児童・生徒に対しては創造性豊かな人材育成を図り、学生等に対しては知的財産意識を高める。
(参考資料)
・ 中小企業等向けセミナー等実施回数・参加者数（各年度の実実施策に記載されるもの）
・ 知的財産学習支援件数（事業者）
・ 弁理士試験志願者数、合格者数、登録者数
・ 知財管理技能士等

数値目標
● 令和7年度までの目標
・ 各地域支援機関、金融機関等を対象に知的財産に関する知識を有し、支援機関へ橋渡しできる人材の育成を目的としたセミナー等を、令和4年度～令和7年度の4年間で40回以上開催する。（平成29年度～平成31年度までの実績：36回）

戦略5 推進体制の充実・強化

本計画を推進するためには、本部の広範なネットワークを最大限に活かして、構成機関等が互いに連携し、各々の施策を効果的・効率的に推進していくとともに、知財を巡る情勢変化や相談者の多様なニーズに適切に対応するため、地域の経営支援機関や金融機関との連携をさらに強化し、相談機能のさらなる充実を図る必要がある。

また、豊かな自然や安全・安心で美味しい食といった北海道の優位性を活かし、産業競争力を強化していくためにも、知的財産を戦略的かつ効果的に活用していくことが重要であり、そのため、関係機関相互の連携を一層深めていく必要がある。

(1) 本部構成機関の総合力を活かした連携の促進及び支援情報の一元提供

本計画を着実に推進していくためには、本部構成機関が共通の目的意識と課題認識を持ち、各々の施策を効果的な連携により実施することが重要であり、明確な役割分担の下、積極的な情報交換を通じて、目的達成に向けた連携を図る。

また、知的財産の創造、保護及び活用を図る上で有効な、知的財産関連支援施策や産学官金連携に関する情報を幅広く周知するため、本部構成機関での情報共有の徹底はもとより、各構成機関のネットワークなどを積極的に活用する。

他方、新型コロナは、本部構成機関の取組にも影響を及ぼし、一部に事業の中止や縮小・延期がみられたものの、広く浸透してきたオンライン会議ツールを使用し、相談対応やセミナーなどを実施してきた。これらのオンラインツールは、企業活動・社会活動において、既に日常化してきており、広域分散型の地域構造である北海道においても相談対応が効率的に実施できるなどのメリットもあることから、事業の内容や企業等のニーズに合わせたツールの有効活用を図る。

(2) 道内支援機関における知的財産分野の連携強化

本部においては、道内中小企業等の知的財産に関する経営課題の解決を図るため、北海道知的財産情報センター及びサテライト等の認知度向上に努めてきた。一方、新型コロナ感染拡大を受け、対面での相談対応が困難になる中、2020年より知財総合支援窓口がサービスを開始した「どこでもZoom」等オンラインツールを活用した相談支援が、ユーザーニーズの新たな受け皿となりつつあるところ、本部構成機関の更なる連携強化を通じ、既存の支援機関窓口サービス等に加え、オンラインツールを活用した新たなサービス等についての認知度を高めることで、距離的及び時間的制約を改善し、広大な北海道地域に点在する中小企業等へのアクセス向上に努める。

また、地域中小企業等の企業経営に寄り添っている地域金融機関をはじめとする産業支援機関との協働も進め、これまで本部構成機関が十分アクセスできていなかった地域金融機関等が有する中小企業等が抱える知財支援ニーズや知財管理に関する課題等の更なる掘り起こしを図る。

目 標

本部各構成機関の連携をさらに強化し、道内中小企業の知財に関する様々な課題に対応可能な

ワンストップ相談体制を構築するとともに、本道の知的財産戦略を推進する中核組織として各構成機関の施策を効果的・効率的に実施する。

参考資料 1 北海道知的財産戦略推進計画[平成30年度～平成33年度]レビュー

1. 北海道知的財産戦略推進計画[平成30年度～平成33年度]レビュー方針

北海道知的財産戦略本部では、平成30年4月に「北海道知的財産戦略推進計画[平成30年度～平成33年度]（以下、「現行計画」）」を策定し、以下の5つの章（戦略）について、取組方針と具体的な目標、目標の達成度を把握するための数値目標を定め、知財支援策を展開してきた。

(1) 中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進

- ① 中小企業等における知財マネジメントの普及啓発
- ② 中小企業等の知財活動に対するきめ細かな支援
- ③ 大学、公設試などが保有する知的財産の活用促進

(2) 企業の海外展開に対応した知的財産の保護

- ① 海外展開の知財リスク及びその対策に関する普及啓発
- ② 海外での商標冒認出願対策、模倣品・海賊版対策に関する普及啓発
- ③ 中小企業等の海外展開に対する知財支援の展開

(3) 知的財産を活用したブランド形成支援

- ① ブランドづくりに取り組む地域等に対する知財支援の展開
- ② 地域団体商標制度、地理的表示（GI）保護制度の普及啓発と活用の促進
- ③ 地域ブランド形成に向けたコンテンツの利用促進
- ④ 優良品種の育成・保護

(4) 人材育成及び知的財産学習支援の推進

- ① 知財支援人材の育成・確保の推進
- ② 中小企業等の人材育成支援
- ③ 学生等に対する知的財産学習支援の推進

(5) 推進体制の充実強化

- ① 本部構成機関の総合力を活かした連携の促進及び支援情報の一元提供
- ② 北海道の産業競争力強化に向けた知的財産の戦略的、効果的活用
- ③ 道内支援機関における知的財産分野の連携強化

本レビューでは、現行計画について、各取組方針に対する取組実績等の確認・振り返りを行うとともに、確認により得られた知見については、新たな計画への反映を検討する。

2. 現行計画における取組方針の確認と取組実績の確認による振り返り

本節においては、現行計画の5つの章（戦略）の中で、さらにブレイクダウンした設定した各取組方針について、その内容を改めて確認した後に取組実績の確認を行う。また、戦略ごとに設定した「目標」と「数値目標」についても、同様にその内容と実績の確認を実施する。

なお、これらの実績確認を行う上での数値的な根拠となる「参考指標」については、各取組方針と関連付けて整理を行うこととする。

(1) 中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進

I 取組方針と取組実績の確認

第1章（戦略1）において設定した以下3つの取組方針について、その内容と実績の確認を行う。

① 中小企業等における知財マネジメントの普及啓発

a 取組方針

知財マネジメントの重要性の理解増進を図るため、中小企業の経営層や担当者、金融機関などに対し、引き続き経営戦略の策定に向けた知的財産の活用についての普及啓発を行う。

また、農林水産分野についても知的財産と密接に関係し、道産品のように本来ブランド力が高いものほど模倣されるリスクが高く知財保護が必要であるが、ブランド認定制度と知財保護の制度を混同し、ブランド力が高い道産品には知財保護は不要であるとの誤った認識から、知財保護制度が十分に活用されていない傾向が窺える。このため、農業者や関係団体等を対象とした研修やセミナー等により知財意識の醸成を図るとともに、弁護士・弁理士等の知財専門家や相談窓口に対しても農林水産分野への理解を深めるよう働きかけ、相談体制の一層の強化を図る。

また、情報のデジタル化、インターネットを介した情報通信技術の急速な発達を踏まえ、不正競争防止法の制度や秘密情報の保護について普及啓発を行うとともに、警察などとの連携を深め、産業界に対する意識啓発を行う。

b 取組実績の確認

知財マネジメントの重要性の理解増進を図るため、中小企業の経営層や担当者、金融機関などに対し、経営戦略の策定や知的財産の活用に関する各種セミナー等を開催した。また、これらセミナー等においては、不正競争防止法の制度や秘密情報の保護について普及啓発についても併せて行った。（表1のとおり、令和元年度には35件のセミナー等を実施し、3,686名が参加。）

また、農林水産分野についても、農業関連団体や漁業関係団体等を対象に、地理的表示(GI)保護制度の説明会等を開催し、知財意識の醸成を図った。

セミナーの開催については、新型コロナの影響で、令和2年度はオンラインでの開催が主流となったが、オンラインセミナーは、企業や金融機関等も業務の合間などに気軽に参加しやすいことから、広く普及啓発を行う際には特に有効なツールになる。

表1：知財マネジメント等に関するセミナー等実施回数・参加者数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
実施回数	34	35	11
参加者数	3,269	3,686	523

出所：各構成機関調べ

※令和元年度及び令和2年度は新型コロナの影響で、オンラインでセミナーを開催する傾向がみられたが、オンライン開催では参加者の把握が困難。条件が著しく異なることから、集計対象から除外。

② 中小企業等の知財活動に対するきめ細かな支援

a 取組方針

各地域の実情及び中小企業が求める内容に応じたきめ細かな支援のため、中小企業を「知

財活用途上型」と「知財活用挑戦型」の二つのカテゴリーに分けて支援を行う。

金融機関においてさらなる知財活用を促進するため「知財ビジネス評価書」等の活用を促し、担保や保証に依存するのではなく、知的財産や知的資産に着目した事業性評価やこれに基づく融資、本業支援等の促進を通じて地域産業の活性化を図る。

また、大企業と連携する中小企業を支援するため、中小企業等が大企業と連携する際の留意点や連携の過程で発生する課題等の相談対応も行う。

b 取組実績の確認

中小企業へのきめ細かな支援を行うため、知財総合支援窓口を中心に、知財に関する各種相談の受付、専門家の派遣、個別企業への訪問等を実施した。（表2・表3のとおり、知財総合支援窓口における令和2年度の相談件数は合計で3,213件。個別企業訪問件数は226件。）

その際、「知財活用途上型」の企業に対しては、各種セミナーの開催や支援制度の周知・普及啓発を併せて行い、「知財活用挑戦型」企業には、専門家派遣や個別企業訪問等を通じて、個別企業の知財活用・保護の状況に応じた支援を実施した。

また、中小企業にとってより身近な商工会議所・商工会への情報提供のための訪問、金融機関の職員を対象としたセミナー等も実施。中小企業における知財への関心の高まりにつながっているものと考えられる。

表2：北海道知財総合支援窓口の相談件数（全体・サテライト・専門家派遣）

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
相談件数	2,821	3,282	3,213
うちサテライト※	78	82	127
うち専門家派遣	453	454	289

出所：知財総合支援窓口調べ

※令和2年度のサテライトの件数はZoom対応を行ったものも含めた件数。

表3：北海道知財総合支援窓口による個別企業訪問件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
訪問件数	203	222	226

出所：知財総合支援窓口調べ（知財総合支援窓口における周知活動のうち訪問の件数）

③ 大学、公設試などが保有する知的財産の活用促進

a 取組方針

道内企業と大学・公設試との共同研究や共同出願、大学・公設試ばかりでなく道内外の企業も含めた事業化に向けた特許の実施許諾又は譲受・譲渡といった特許流通・技術移転など、道内外の技術や知的財産の積極的な活用を促す取組を進めるとともに、大学・公設試・金融機関の知的財産担当部門や各種支援人材等による企業ニーズのきめ細かな収集と、大学・公設試等のシーズと企業ニーズとのマッチング支援を積極的に行う。

b 取組実績の確認

各支援機関による取組もあり、産学官の共同研究数、特許権実施等件数は増加している。（表4・表5・表7を参照。）道内における産学官連携による知的財産の活用が促進してい

ると捉えることができるため、引き続き、各構成機関による支援を積極的に行うことが重要。

一方で、表6のとおり、北海道における産学官の特許出願数は、平成30年度の220件から令和元年度は199件に減少。産学官の共同研究数は増加傾向にあるものの、特許出願に至らないプロジェクトが多く含まれることが考えられる。今後、大学・公設試、道内企業等において、特許出願を意識した共同研究が行われるようなマッチング支援が求められる。

表4：北海道における産学官の共同研究数

	平成30年度	令和元年度
国立大	886	924
高専	23	28
公立大	71	88
私大等	77	72
合計	1,057	1,112

出所：「大学等における産学官連携等実施状況について」（文部科学省）

表5：北海道立総合研究機構における実施課題件数

	平成30年度	令和元年度
公募型研究	197	198
一般共同研究	79	67
受託研究	84	95
合計	360	360

出所：「令和元年度及び中期目標期間（平成27年度～令和元年度）業務実績報告書」（北海道立総合研究機構）

表6：北海道における産学官の特許出願数

	平成30年度	令和元年度
国立大	194	174
高専	0	2
公立大	23	18
私大等	3	5
合計	220	199

出所：「大学等における産学官連携等実施状況について」（文部科学省）

表7：北海道における産学官の特許権実施等件数

	平成30年度	令和元年度
国立大	397	464
高専	0	0
公立大	29	22
私大等	5	4
合計	431	490

出所：「大学等における産学官連携等実施状況について」（文部科学省）

II 目標と数値目標の実績確認

第1章（戦略1）において設定した以下の「目標」と「数値目標」について、その内容と実績の確認を行う。

① 目標

a 目標

道内中小企業の知財マネジメント意識を高め、知財を盛り込んだ経営戦略の策定による企業自身や大学・公設試が創造・保有する知財の効果的な活用により道内企業の知財活動を活性化させる。

b 目標の実績確認と今後の課題

知財マネジメントの重要性の理解増進を図るための企業向け、金融機関向けのセミナーや、農業関係団体向け、漁業関係団体等向けに地理的表示（GI）保護制度の説明会等を数多く開催。知財総合支援窓口を中心に、知財に関する各種相談、専門家の派遣、個別企業への訪問等も実施しているが、件数は増加傾向であり、多様なターゲットに対して広く知財戦略・知財保護の必要性を普及啓発できている。今後は、気軽に参加しやすいオンラインセミナーも多用し、さらに普及啓発を進めることが重要。

大学・公設試・企業等が創造・保有する知財の効果的な活用については、各支援機関による取組もあり、産学官連携による共同研究数や特許権実施等件数は増加。道内における産学官連携による知的財産の活用が進んでいると捉えることができるが、一方で、北海道における産学官の特許出願数は減少。産学官の共同研究数は増加傾向にあるものの、特許出願に至らないプロジェクトが多く含まれる可能性が考えられる。今後、大学・公設試、道内企業等において、特許出願を意識した共同研究が行われるようなマッチング支援が求められる。

② 数値目標

a 数値目標

北海道知財総合支援窓口における目標（平成31年度に向けたKPI）

- ・相談件数：2,730件
- ・専門人材による支援件数：437件
- ・よろず支援拠点との連携件数：30件

b 数値目標の実績確認と今後の課題

北海道知財総合支援窓口における令和元年度（平成31年度）の相談件数は、3,282件（目標値：2,730件）、専門人材による支援件数は454件（目標値：437件）、よろず支援拠点との連携件数は55件（目標値：30件）となっており、3つ全てのKPIを達成。構成機関による周知や、セミナー等の機会に支援窓口の存在をPRしたことにより、支援件数が増加したものとする。

一方、令和2年度の実績値はいずれも前年度を割った。これは、新型コロナの感染防止策として、政府による外出抑制策が講じられる等、支援窓口を直接訪問することが困難になったことが主要な原因と考えられる。アフターコロナにおいても、遠方からでも気軽に相談が行いやすくなるオンラインでの相談対応のニーズは高いと思われることから、オンライン相談対応をより充実することが今後重要となる。

表 8 : 北海道知財総合支援窓口における支援件数

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
相談件数	2,821	3,282	3,213
専門人材による支援件数	453	454	289
よろず支援拠点との連携件数	42	55	47

出所：知財総合支援窓口調べ

表 9 : 道内における出願・登録件数の推移

		平成 30 年	令和元年	令和 2 年
特許	出願	670	597	631
	登録	332	324	345
実用新案	出願	67	65	77
	登録	65	61	67
意匠	出願	159	179	214
	登録	149	141	160
商標	出願	1,992	1,957	1,988
	登録	1,358	1,396	1,702
PCT	出願	97	129	82
マドプロ	出願	19	23	20

出所：「特許行政年次報告書」（特許庁）

(2) 企業の海外展開に対応した知的財産の保護

I 取組方針と取組実績の確認

第 2 章（戦略 2）において設定した以下 3 つの取組方針について、その内容と実績の確認を行う。

① 海外展開の知財リスク及びその対策に関する普及啓発

a 取組方針

中小企業等の海外展開に当たっては、事業に即した知財リスク対策を講じておくことは極めて重要である。このことを十分意識した事業展開が図られるよう、中小企業の経営層や知財担当者などに対し、知財に関するリスクマネジメントの重要性及び知財リスクへの対策について普及啓発を行う。

また、海外に関心はあるものの、次のステップに踏み出せないでいる企業に対しては、海外展開支援機関と連携した情報提供を行うことで道内中小企業の海外展開を積極的に促進する。

b 取組実績の確認

近年、積極的な海外展開を志向する道内企業が増えていることを受けて、海外展開の際の知財リスクへの理解や留意点等に関する情報提供を行うため、海外展開や模倣品対策、冒認出願対策などに関するセミナー等を開催した。（表 10 のとおり、令和元年度は 4 回開催し、計 160 名が参加。）

ただし、令和元年度後半から世界的な広がりを見せ始めた新型コロナの影響により、令和元年度末には海外への渡航が困難となり、海外出張を行いつらい状況が現在まで続いている。

る。海外展開について先の見通しが立たない状況となったことを受け、セミナー開催も見送りが相次ぎ、令和2年度のセミナー等の開催実績は0回となっている。

他方、知財総合支援窓口における海外展開関係の相談件数や、特許協力条約（PCT：Patent Cooperation Treaty）に基づく国際出願（以下、「PCT出願」という。）の件数、マドリッド協定議定書（マドリッドプロトコル）に基づく国際登録出願（以下、「マドプロ出願」という。）の件数等は、表11～表13の通り、底堅く推移しており、道内企業における意識は着実に向上しているものと考えられる。

また、新型コロナの影響により、それまでインバウンドに向いていた企業の関心が、輸出を中心とした海外展開に向き始めており、食品分野を中心に海外展開を志向する道内企業が増えていることから、今後も引き続き、海外展開支援策の周知・活用促進を行っていくことが必要である。

表10：道内の海外展開に関するセミナー等実施回数・参加者数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
実施回数	5	4	0
参加者数	261	160	0

出所：各構成機関調べ

表11：北海道知財総合支援窓口相談件数（海外展開・外国出願関連）

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
相談件数	120	128	99

出所：知財総合支援窓口調べ

表12：北海道におけるPCT出願件数

	平成30年	令和元年	令和2年
出願件数	97	129	82

出所：「特許行政年次報告書」（特許庁）

表13：北海道におけるマドプロ出願件数

	平成30年	令和元年	令和2年
出願件数	19	23	20

出所：「特許行政年次報告書」（特許庁）

② 海外での商標冒認出願対策、模倣品・海賊版対策に関する普及啓発

a 取組方針

外国における日本地名、商品名等の第三者による商標登録出願、いわゆる商標冒認出願や取引先等による知的財産の盗用、技術・ノウハウの流出問題などの知財リスクに適切に対処するため、海外展開支援機関と連携し、進出国の情報提供や海外展開支援関連施策の活用促進を図る。

また、権利侵害の疑いのある製品・商品の輸入又は輸出に関する「差止申立制度」や現地調査機関を活用した侵害調査支援、警告書の作成・送付や外国の行政機関による取締り（侵害行為の差止め等）の申請手続といった海外現地での侵害対策支援策の周知を積極的に行

うとともに、国内において流通・販売されている模倣品・海賊版は社会悪であり、買わない、使わないという意識を高めることの普及啓発を促進する。

b 取組実績の確認

経済産業省が展開する海外展開支援関連施策や、JETRO が提供する海外市場レポートなど、既存のツールを活用した上で、海外における知財リスクへの注意喚起を実施した。

その一方で、表14～表16のとおり、北海道における模倣品対策支援事業採択件数、防衛型侵害対策支援事業採択件数、冒認商標の無効・取消係争の費用助成採択件数は、平成30年度から3年間連続でいずれも0件となっている。

道内においては、模倣品等による被害実態を把握できていない企業や、甚大な被害を被っているものの、支援制度の存在を知らず活用できていない企業も、一定程度存在する可能性がある。そのため、侵害対策支援施策に関する普及啓発に力を入れ、これまでリーチできていなかった企業に対しても、知財リスクの注意喚起を行う必要がある。

表14：北海道における模倣品対策支援事業採択件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
採択件数	0	0	0

出所：JETRO 調べ

表15：北海道における防衛型侵害対策支援事業採択件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
採択件数	0	0	0

出所：JETRO 調べ

表16：北海道における冒認商標の無効・取消係争の費用助成採択件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
採択件数	0	0	0

出所：JETRO 調べ

表17：道内の知的財産侵害物品差止件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
商標権侵害	2件/68点	3件/28点	5件/75点
意匠権侵害	－	－	2件/415点

出所：函館税関調べ

③中小企業等の海外展開に対する知財支援の展開

a 取組方針

中小企業等が海外マーケットで自社商品・サービスを展開する際には、海外における特許等知的財産の権利化を進めることが重要であることから、海外進出又は事業展開する中小企業等に対し、外国出願費用、海外企業からの訴訟費用の助成や専門家による個別支援など海外展開に関する一気通貫の支援を行う。

また、農林水産分野については、農林水産省が設置した「農林水産知的財産保護コンソーシアム」（海外知的財産保護・監視委託事業）が実施する調査結果や相談体制を活用するなどして、海外における商標出願や模倣品・産地偽装品の流通等の状況について情報を入手し、道産ブランドに対する侵害に対応するため、同コンソーシアムや関係機関・団体と緊密に連携していく。

b 取組実績の確認

特許庁が実施している外国出願支援事業の道内の採択件数は、令和元年度に19件であり、道内においても、一定の企業が海外における知的財産の権利化の重要性を認識していることが分かる（表18参照）。ただし、令和2年度には、新型コロナの影響によるものかは明らかではないが、採択数が10件とほぼ半減している。海外における知財権利取得の重要性を認識する企業のマインドが今後落ちないように、支援機関によるフォローアップが重要となる。

農林水産分野においては、「農林水産知的財産コンソーシアム」の枠組みを活用し、道内でも農漁協等に対して、海外における商標出願や模倣品・産地偽装品の流通等の状況に関する情報提供を行った。

表18：北海道における外国出願支援事業採択件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
採択件数	18	19	10

出所：北海道経済産業局調べ

※中小企業等外国出願支援事業における採択件数

II 目標と数値目標の実績確認

第2章（戦略2）において設定した以下の「目標」と「数値目標」について、その内容と実績の確認を行う。

① 目標

a 目標

海外に向けて事業展開する道内中小企業におけるリスクマネジメント意識の高揚及び中小企業の海外展開を支援する。

b 目標の実績確認と今後の課題

近年、積極的な海外展開を志向する道内企業が増えていることを受けて、海外展開の際の知財リスクへの理解や、留意点等に関する情報提供を行うため、海外展開や模倣品対策、冒認出願対策などに関するセミナー等を開催。しかし、新型コロナの影響により、海外展開について先の見通しが立たない状況となったことを受け、海外展開時の知財リスク等に関するセミナー開催も見送りが相次いだ。

他方で、知財総合支援窓口における海外展開関係の相談件数やPCT出願件数、マドプロ出願の件数は、コロナ禍においても底堅く推移しており、海外展開に備えた知財保護・活用の意識は着実に向上しているものと考えられる。

海外展開に資するような数値は上述のとおり堅調な一方で、道内の模倣品対策支援事業採択件数、冒認商標の無効・取消係争の費用助成採択件数は3年度連続で0件となっている。そのため、侵害対策支援施策に関する普及啓発に力を入れ、これまでリーチできていなかった企業に対しても知財リスクの注意喚起を行う必要がある。

また、外国出願支援事業の道内の採択件数は令和元年度に比べて令和2年度には、新型コロナウイルスの影響によるものかは明らかではないが、採択数ほぼ半減している。海外における権利化の重要性を認識する企業のマインドが今後落ちないように、支援機関によるフォローアップが重要となる。

② 数値目標

a 数値目標

※地域の特色を踏まえた平成31年度（令和元年度）までの目標

外国出願補助金の活用等を通じて道内企業による国際特許出願件数及び国際商標出願件数を、平成28年度末実績（国際特許出願：80件、国際商標出願：33件、計：113件）に対して約2割増加させ、平成31年度には130件を目指す。

b 数値目標の実績確認と今後の課題

平成31年度の道内企業による国際特許出願数は121件（平成28年度：80件）、国際商標出願数は22件（平成28年度：33件）となっており、合計で143件となるため、目標としていた130件を大きく上回っている。

道内企業の間で、海外における知的財産保護の重要性に関する意識が高まってきた成果と言えるが、国際特許の出願数が大きく数字を伸ばした一方で、国際商標の出願数は平成28年度実績よりも下回っており、特許と商標で出願の必要性に関する企業側の意識に違いが生じている可能性がある。

また、新型コロナウイルスの影響で、短期的には国際出願の件数が減少する可能性もあることから、企業の危機意識が低くならないよう、セミナーや個別フォローアップ等により、注意喚起を続けていく必要がある。

（3）知的財産を活用したブランド形成支援

I 取組方針と取組実績の確認

第3章（戦略3）において設定した以下4つの取組方針について、その内容と実績の確認を行う。

① ブランドづくりに取り組む地域等に対する知財支援の展開

a 取組方針

第三者による無断使用や便乗商売、粗悪品の流通によりその信用が著しく損なわれることを防ぐとともに、高い技術や品質を備えた商品の付加価値を高めることによる、販売促進・ブランド化を後押しするため、ブランドづくりに取り組んでいる団体や中小企業等に対し、デザインや商標等を活用したブランド形成の支援を行う。

また、北海道ブランドの価値向上や、広域で統一したブランドの育成・PR等に取り組ん

でいる機関等に対し、知財面での支援を行う。

b 取組実績の確認

知財を活用した、地域ブランドの構築に向けたセミナー等を継続的に開催するとともに、取組意欲の高い組合・団体に対して個別支援を実施した。

地域ブランドの構築に向けて、有効な手段の一つとなりうる商標の出願・登録件数が、表20のとおり堅調に推移しているほか、地域団体商標の登録件数も、表21のとおり毎年度1～2件のコンスタントな出願が続くことで、累計登録件数は着実に増加しており、全国順位も4年連続して全国3位となっている（表23参照）。

知財総合支援窓口の直近の相談件数は、表24のとおり、全体的には堅調に推移しており、制度への理解が着々と進んでいるものと考えられる。ただし、当該相談件数の内訳をみると、相談の大半を占める「商標」に関する相談が平成30年度に1501件から令和2年度は1613件と増加傾向にあるのに比べて、「地域団体商標」については、86件から42件へと半減。また、「種苗法・GI」については、15件から1件に大幅減となっている。新型コロナによる影響も考えられるが、商標の相談件数が堅調なことを踏まえると、「地域団体商標」や「種苗法・GI」に関する相談ニーズの掘り起こし、制度の普及啓発が必要と思われる。

表19：北海道における地域ブランドに関するセミナー等実施回数・参加者数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
実施回数	5	1	0
参加者数	112	70	0

出所：各構成機関調べ

※令和2年度は新型コロナウイルスの影響で、オンラインとリアルを併用したセミナー開催も行われたが、条件が著しく異なることから、ここでは集計対象から除外。

表20：道内の商標出願・登録件数

	平成30年	令和元年	令和2年
出願件数	1,992	1,957	1,988
登録件数	1,358	1,396	1,702

出所：特許行政年次報告書（特許庁）

表21：北海道と全国の地域団体商標出願件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
北海道	2	2	1
全国	32	27	13

出所：J-PlatPat

表22：地域団体商標登録件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
北海道	4	1	2
全国	28	27	22

出所：J-PlatPat

表 2 3 : 地域団体商標累計登録件数・都道府県順位

順位	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度
1	京都 (63)	京都 (67)	京都 (68)	京都 (68)
2	兵庫 (37)	兵庫 (38)	兵庫 (39)	兵庫 (41)
3	北海道 (33)	北海道 (34)	北海道 (36)	北海道 (36)
4	石川 (32)	石川 (34)	石川 (34)	石川 (33)
5	岐阜 (29)	岐阜 (30)	岐阜 (32)	岐阜 (32)
6	静岡 (26)	静岡 (27)	静岡 (27)	静岡 (27)

出所：特許行政年次報告書（特許庁）

※平成 30 年度～令和 2 年度の件数は 3 月末時点のもの。

令和 3 年度の件数は令和 3 年 1 2 月末時点のもの。

表 2 4 : 北海道知財総合支援窓口相談件数（商標、地域団体商標、種苗等）

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
商標	1,501	1,650	1,613
地域団体商標	86	73	42
種苗法・GI	15	11	1

出所：知財総合支援窓口調べ

② 地域団体商標制度、地理的表示（GI）保護制度の普及啓発と活用の促進

a 取組方針

その地域で営む者だけが商標として登録できる地域団体商標制度及び地域で長年培われた伝統的な生産方法や生産地の自然条件などが品質などの特性に結びついている商品の名称をその特性とともに登録できる GI 保護制度は、高い信頼性に繋がり、地域ブランドの取組を促進させるために有効な手段の一つである。また、GI 保護制度に登録された場合、類似品の取締は行政が行うため生産者の負担がないことに加え、国際交渉を通じた GI の相互保護により、海外でも登録産品が保護される可能性があり、農林水産物・食品等の輸出を進める上でも有効である。

今後、さらなる制度の普及啓発や両制度を活用したブランド形成支援等の案件を発掘するとともに、引き続き相談対応や権利取得に向けたフォローアップを行う。また、現在制度を活用している団体等に対しては、さらなる活用促進に向けて、効果的な利活用を促進するための支援を行う。

b 取組実績の確認

上述のとおり、「地域団体商標制度」については、毎年度 1～2 件のコンスタントな登録が続き、累計登録件数は着実に増加。全国順位も全国 3 位を維持しており、道内で広く制度の活用が進んでいるといえる。しかし、食関連産業を中心とした北海道の持つ高いポテンシャルを考慮すると、申請登録に至っていないブランド化の有望案件が多く眠っていると思われることから、制度の周知と案件発掘の支援が重要となる。また、新型コロナの影響で、現状では海外展開促進が難しい状況にあるものの、表 2 5 のとおり、平成 30 年度・令和元年度と 2 件ずつの採択があった「地域団体商標海外展開支援事業」の活用も含め、地域団体商標を活かした海外展開支援にも注力していく必要がある。

一方、地理的表示（GI）保護制度については、令和 3 年 10 月度時点の道内の累計登録件

数が5件（全国107件）となっている。表26のとおり、令和元年度及び2年度とそれぞれ1件ずつの登録があり、累積件数としては着実に増加しているが、引き続き、制度の周知・活用促進を図り、ブランドを構築し、戦略的に高付加価値化・高価格化を図ろうという高い意識を持つ組合・団体を増やしていくことが必要である。

表25：北海道における地域団体商標海外展開支援事業採択件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
採択件数	2	2	0

出所：JETRO調べ

表26：全国と北海道の地理的表示（GI）登録件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
北海道	0	1	1
全国	17	19	15

出所：農林水産省

③ 地域ブランド形成に向けたコンテンツの利用促進

a 取組方針

コンテンツの形態及びメディアやコンテンツ流通経路が多様化する中、良質な映像でダイレクトに北海道の魅力を発信することにより、コンテンツ市場の拡大と販売促進ばかりではなく、観光客誘致や雇用創出などのさらなる経済効果を生むことが期待できることから、映像コンテンツなどの海外展開における著作権保護等の環境整備に積極的に取り組み、北海道ブランドの海外展開の足がかりとする。

b 取組実績の確認

コンテンツの流通経路は、テレビによる不特定多数への一方向的な発信の形態から、YOUTUBEのような動画プラットフォームによるコメントを介した双方向的なメディア、TwitterやFacebook、Instagramに代表されるSNSにおけるユーザー同士による双方向的な情報発信・共有など、多様化が広がっている。多様な媒体を使い分け、コンテンツのターゲットとなるユーザーにリーチすることが重要であり、支援機関においてもその使い分けに関する理解が広がってきている。

特に、地域ブランド形成という観点では、海外ユーザーに対する北海道への観光誘致のツールとして、SNSを中心としたコンテンツの活用が有効だが、新型コロナの影響で広域移動を必要とする観光には制約が続いている。インバウンド観光が困難な一方で、越境ECを含むインターネット通販は世界的に成長が続いており、通販サイトを通じた海外への販売促進にあたり、地域の魅力をPRする手段としてのコンテンツ利用の重要性は高まっている。

④ 優良品種の育成・保護

a 取組方針

農林水産物のブランド化を進めるため、高品質な道産農産物を支える優良品種は重要な知的財産であり、今後も道内における品種の開発及び登録を引き続き推進する。

また、近年、我が国で育成された品種の種苗が海外に流出している事例がみられ、道産品

種も過去には小豆などの海外への流出事例があることから、国の海外への出願支援事業等を活用するなどして、農産物の輸出や海外での栽培が想定される品種について、海外での無断増殖を防ぐため、海外品種登録を積極的に推進する。

b 取組実績の確認

知的財産としての種苗の保護の重要性を踏まえ、海外への持ち出し規制などを盛り込んだ改正種苗法が、令和2年12月に成立した。北海道においては、品種開発を行う機関は限られることから、該当する機関に対して制度改正の趣旨や施行後の罰則措置等について、周知・注意喚起を行った。また、「農林水産知的財産コンソーシアム」の枠組みやJAの持つネットワークを活用し、道内でも農協関係者に対して情報を提供した。

今後、優良な品種の保護の重要性は更に増していくが、海外マーケットに関心のない事業者や農業生産現場等においては、種苗の海外流出に対する危機感はまだ低いため、制度改正に至った背景も含めて広く普及啓発を行う必要がある。

また、海外品種登録には費用や時間を要することから、まずは海外持ち出し制限に関する周知や栽培地域の適切な指定等の徹底を図ることを優先する。

II 目標と数値目標の実績確認

第3章（戦略3）において設定した以下の「目標」と「数値目標」について、その内容と実績の確認を行う。

① 目標

a 目標

地域ブランド形成に取り組む地域関係機関等において、知的財産権によりブランド価値を保護するという意識を高めるとともに、商標・地域団体商標制度等の活用を促進する。

b 目標の実績確認と今後の課題

知財を活用した、地域ブランドの構築に向けたセミナー等を継続的に開催するとともに、取組意欲の高い組合・団体に対して個別支援を実施した。

地域ブランドの構築に向けて、有効な手段の一つとなりうる商標の出願・登録件数は堅調に推移しているほか、地域団体商標の累積登録件数も着実に増加しており、全国順位も4年連続して全国3位となっている。

知財総合支援窓口の直近の相談件数は堅調に推移しており、制度への理解が着々と進んでいるが、「地域団体商標」や「種苗法・GI」については、相談件数が減少していることから、相談ニーズの掘り起こしや、制度の普及啓発が必要と思われる。また、食関連産業を中心とした北海道の持つ高いポテンシャルを考慮すると、申請登録に至っていない有望案件が多く眠っていると思われることから、制度の周知と案件発掘の支援が重要となる。

一方、地理的表示（GI）保護制度については、令和3年10月度時点の道内の累計登録件数は5件であり、引き続き制度の周知・活用促進を図り、ブランドを構築し戦略的に高付加価値化・高価格化を図ろうという高い意識を持つ組合・団体を増やしていくことが必要。

② 数値目標

a 数値目標

※地域の特色を踏まえた平成31年度（令和元年度）までの目標

地域団体商標及び地理的表示（GI）保護制度の累積出願（申請）件数を、平成28年度末

実績（地域団体商標：52件、地理的表示（GI）：2件、計：54件）に対して7件増加させて61件とし、登録に向けたフォローアップを行う。

デザインの創造・活用による地域資源のブランド化や、事業化支援を行うとともに、デザインの創造・保護・活用に対する意識啓発、制度普及を行い、平成29年度～平成31年度の3年間で、その成功事例を15件以上創出する。

b 数値目標の実績確認と今後の課題

平成31年度末における実績は、地域団体商標58件、地理的表示（GI）3件、合計61件となるため、目標値を達成した。

また、デザインの創造・活用による地域資源のブランド化・事業化の支援として、商品パッケージのブラッシュアップ等を通じて地域資源のブランド化支援を行う「デザイン創造・活用支援事業」等を実施。当該事業で受賞を受けたパッケージの商品化件数は、平成29年度から平成31年度（令和元年度）の3年間で28件となっており、成功事例15件以上創出という目標を達成している。

（4）人材育成及び知的財産学習支援の推進

I 取組方針と取組実績の確認

第4章（戦略4）において設定した以下3つの取組方針について、その内容と実績の確認を行う。

① 知財支援人材の育成・確保の推進

a 取組方針

中小企業等における知財戦略の構築に向けて、各支援機関において、知的財産の創造・保護・活用に関わる知財支援人材を育成する研修会を開催するとともに、関係機関が連携してこれらの知財支援人材の交流の場を設け、相互のスキルアップを図る。

特に、全国的に不足感が大きい知財の重要性への気づきを促し知財活用の裾野拡大を担う人材や中小企業の知財に関するニーズを把握できる状況にある支援機関等にあって連携を構築できる人材の育成を図りつつ、中長期的には、知財意識の高まりに伴って不足が予想される、知財戦略の策定支援を担う人材や、知財実務において高度な支援能力を有する人材の育成・確保を計画的に行う。

b 取組実績の確認

知的財産の創造・保護・活用に関わる知財支援人材を育成するための、支援人材または中小企業向けセミナー等を、令和元年度は14件実施し、合計で870名が参加した（表27参照）。こうしたセミナーの中で、知財支援人材が交流できる場を設け、人材間のネットワーク形成をしていくことも重要だが、新型コロナの影響によりオンラインセミナーが主体となり、このようなネットワーク形成が難しくなっている。オンラインセミナーにおいても、参加者同士が交流できるようなセッションを設け、相互のスキルアップに繋げることが望ましい。

なお、道内で高度な知財実務の支援を行える人材を育成・確保するためには、知財のエキスパートである弁理士数の増加が重要となるが、表28のとおり、道内の弁理士試験の合格者数は平成30年度から令和2年度の3カ年の平均で約1名と低い数字に留まっている。

表 2 7 : 道内における知財支援人材又は中小企業向けセミナー等の実施回数・参加者数

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
実施回数	17	14	5
参加者数	954	870	706

出所：各構成機関調べ

※令和 2 年度は新型コロナの影響で、オンラインでセミナー等も開催するケースが散見されるが、オンラインと会場開催では参加者の状況が異なってくると考えられるため、ここでは集計対象から除外。

表 2 8 : 道内の弁理士試験志願者数、合格者数、登録者数

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
合格者数	1	3	0
志願者数	34	30	30
登録者数	46	44	43

出所：弁理士試験統計（特許庁）及び特許行政年次報告書（特許庁）

※弁理士登録者数は各年 12 月 31 日時点の人数

② 中小企業等の人材育成支援

a 取組方針

中小企業等による知的財産戦略を踏まえた経営戦略を推進するため、経営幹部や経営企画部門の管理職等を対象に、国内外企業の経営戦略において知的財産が重要な役割を果たした事例を用いた実践的な研修会を実施する。

また、道内中小企業の知財意識を高め知的財産への適切な取組を促すため、知財管理技能検定の取得を奨励するとともに、知財に関連する部署の担当者を対象として、例えば特許情報の分析手法等の研修会・セミナーを実施することにより、担当者間の繋がりを形成するとともに、企業における知財人材の育成を行う。

b 取組実績の確認

表 2 7 のとおり、中小企業の経営幹部等を対象としたセミナーを開催しているほか、表 2 9 に挙げた知的財産学習支援事業も行っており、中小企業等における人材育成に資する支援を継続的に実施している。

道内中小企業等における知財意識向上のためには、知財管理技能士のような、社内において自社の知的財産を適切に管理・活用できる人材の確保が期待される。表 3 0 のとおり、道内での知財管理技能士数は増加しているが、直近の 3 カ年は 2 級以下の技能士数のみが増加しており、1 級技能士は特許専門業務：3 名、コンテンツ専門業務：1 名、ブランド専門業務：0 名という低い数字が続いている。知財管理技能士のような、知財に関する知識や技能を有する人材が、社内人材という形でも北海道内に多く存在することが、長期的には北海道全体の知的財産管理レベルの底上げに繋がると期待されることから、引き続き、企業における社員への知財管理技能検定の取得を奨励していく。

表 29：北海道における人材育成及び知的財産学習支援に係る事業数

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
支援事業数	15	15	13

出所：各構成機関調べ

表 30：道内の知財管理技能士数

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
1 級（特許）	3	3	3
1 級（コンテンツ）	1	1	1
1 級（ブランド）	0	0	0
2 級	392	425	444
3 級	893	988	1,057
合計	1,289	1,417	1,505

出所：知的財産教育協会

③学生等に対する知的財産学習支援の推進

a 取組方針

学校教育の段階から知的財産を尊重する知的財産マインドを育てることが重要であることから、将来を担う人材を育成するため、教育関係者への理解増進と教育関係機関との連携による知的財産学習支援環境の整備を図る。

また、関係機関と連携しながら児童・生徒を対象とするイベントを開催することにより、創造性豊かな人材育成を図る。

b 取組実績の確認

知的財産学習支援環境整備のモデルとなることを目指し、道内の一部の高校と連携し、企業における研究開発や実用新案願書及び商標願書の作成などに関する講義を支援事業として実施した。

また、「北海道青少年科学技術振興作品展」のような、児童・生徒が知的財産に関する理解促進や興味関心の喚起に繋がるようなイベントについて、開催の支援を行った。今後も引き続き、学生等に対する知的財産学習の支援の継続が重要となる。

II 目標と数値目標の実績確認

第 4 章（戦略 4）において設定した以下の「目標」と「数値目標」について、その内容と実績の確認を行う。

① 目標

a 目標

知財支援人材のスキルアップ及び道内中小企業等における知財人材を確保するとともに、知財学習支援環境整備により児童・生徒に対しては創造性豊かな人材育成を図り、学生等に対しては知的財産意識を高める。

b 目標の実績確認と今後の課題

知的財産の創造・保護・活用に関わる知財支援人材を育成するため、支援人材や中小企業の経営幹部等を対象としたセミナー等を開催しており、中小企業等における人材育成に資す

る支援を継続的に実施している。

道内中小企業等における知財意識向上のためには、知財管理技能士のような、社内において自社の知的財産を適切に管理・活用できる人材の確保が期待されることから、引き続き、企業における社員への知財管理技能検定の取得を奨励していく。

また、知的財産学習支援環境整備のモデルとなることを目指し、道内の一部の高校と連携し、企業における研究開発や実用新案願書及び商標願書の作成などに関する講義を支援事業として実施した。児童・生徒向けには、「北海道青少年科学技術振興作品展」のような、知的財産に関する理解増進や興味関心の喚起に繋がるようなイベントについて開催支援を行っており、今後も引き続き、学生等に対する知的財産学習の支援の継続が重要となる。

② 数値目標

a 数値目標

※地域の特色を踏まえた平成31年度（令和元年度）までの目標

各地域支援機関、金融機関等を対象に知的財産に関する知識を有し、支援機関へ橋渡しできる人材の育成を目的としたセミナー等を、平成29年度～平成31年度の3年間で15回以上開催する。

b 数値目標の実績確認と今後の課題

表27に挙げたとおり、支援人材又は中小企業向けセミナー等を、平成30年度から令和2年度の3カ年で合計36回開催。平成30年度の1年間だけでも17回のセミナーを開催していることから、上記目標値は達成できている。

(5) 推進体制の充実強化

I 取組方針と取組実績の確認

第5章（戦略5）において設定した以下3つの取組方針について、その内容と実績の確認を行う。

① 本部構成機関の総合力を活かした連携の促進及び支援情報の一元提供

a 取組方針

本計画を着実に推進していくためには、本部構成機関が共通の目的意識と課題認識を持ち、各々の施策を効果的な連携により実施することが重要であり、明確な役割分担の下、積極的な情報交換を通じて、目的達成に向けた連携を図る。

また、知的財産の創造・保護・活用を図る上で有効な知的財産関連支援施策や産学官金連携に関する情報を幅広く周知するため、各構成機関のネットワークなどを積極的に活用する。

b 取組実績の確認

本部構成機関の連携を高めるため、毎年度2回以上の幹事会を開催。当該年度に取り組んだ支援実績の確認等を行い、情報交換を通じた連携の向上を図った。

道内において、知的財産全般の総合的な窓口となるのが、戦略本部が設置した北海道知的財産情報センターであり、当該センターや戦略本部のホームページに支援施策情報を集約することで、知的財産制度に関する支援施策の周知が図られている。今後、より一層の周知・広報を行うことで各種支援制度の利用促進を図ることが必要である。

② 北海道の産業競争力強化に向けた知的財産の戦略的、効果的活用

a 取組方針

北海道企業の高い技術力や独自の技術、ノウハウに裏付けされたものづくりと北海道の豊かな自然や食、文化資産など様々な資源を結び合わせて北海道のブランド力を向上させることは、関連する産業の振興や雇用の拡大など様々な経済効果をもたらすものであり、こうした北海道の優位性を活かした産業競争力強化に向けて、地方自治体や産業支援機関等と知的財産を戦略的、効果的に活用していくための連携強化を図る。

b 取組実績の確認

知的財産は保護をするだけでなく戦略的に活用することにより、北海道の産業競争力の強化に結びつく。大手企業の持つ開放特許や大学・公設試等が持つ知財のシーズを、道内中小企業等が抱えるニーズと結びつけることで、イノベーションが創出され、中長期的には北海道の競争力強化に繋がることが期待できる。

こうした大学・公設試・企業等と道内中小企業等とのマッチングを促す取組は、各構成機関においても実施が進んでおり、引き続き、このような支援を継続していくことが求められる。

③道内支援機関における知的財産分野の連携強化

a 取組方針

道内中小企業等の知的財産に係る課題解決を図るため、北海道知的財産情報センターやサテライトの認知度を更に高め、その利用を促進するとともに、中小企業にとって身近な経営支援機関である商工会・商工会議所や金融機関等も含めた全ての機関が、知的財産に関する相談の橋渡しをできるよう支援機関相互の連携強化を図る。

b 取組実績の確認

北海道知財総合支援窓口においては、各構成機関が連携し、知財に関する様々な相談に対応するワンストップサービスを展開している。札幌の窓口のほか、道内8地域10か所に設置した「サテライト」の活用に加えて、北海道中小企業総合支援センターに設置された「よろず支援拠点」との連携も進めていることで、相談利用件数は増加傾向で推移しているなど、一定の成果を上げている。しかしながら、窓口の存在を知らない道内企業等も多く存在することから、今後も引き続き窓口の周知広報を行っていくことが必要である。

II 目標の実績確認

第5章（戦略5）において設定した以下の「目標」について、その内容と実績の確認を行う。
なお、第5章では数値目標は設定されていない。

① 目標

a 目標

本部各構成機関の連携強化による道内中小企業の知財に関する様々な課題に対応可能な機能的ワンストップ相談体制の構築及び知財の戦略的活用により北海道の産業競争力を強化する。

b 目標の実績確認と今後の課題

北海道知財総合支援窓口においては、各構成機関が連携し、知財に関する様々な相談に対応するワンストップサービスを展開。札幌の窓口のほか、道内8地域10か所に設置した「サテライト」の活用に加えて、北海道中小企業総合支援センターに設置された「よろず支援拠

点」との連携も進めていることで相談利用件数は増加傾向で推移している。一方、窓口の存在を知らない事業者もいまだ多く、引き続き窓口の周知広報を行っていくことが必要。

また、北海道の産業競争力の強化に向けては、大手企業の持つ開放特許や大学・公設試等が持つ知財のシーズを、道内中小企業等が抱えるニーズと結びつけることで、イノベーションが創出され、中長期的に北海道の競争力強化に繋がることが期待できる。

こうした大学・公設試・企業等と道内中小企業等とのマッチングを促す取組は、各構成機関においても実施が進んでおり、引き続き、このような支援を継続していくことが求められる。

参考資料 2

企業・農漁協アンケート結果

2. 1 アンケート調査の概要

(1) 道内企業の知的財産活動等に関する調査

①調査対象の抽出

経済産業省北海道経済産業局の施策等を活用した道内企業リスト、信用調査会社が保有する道内企業リスト、過去5年間に産業財産権を出願した道内企業リスト（J-P l a t P a t を用いた検索により作成）をもとに、過去5年間に産業財産権を出願した企業と出願していない企業が同数程度となるよう調整し、調査対象とする道内企業2,077社を抽出した。

図表 調査対象数

区分	件数
過去5年間に産業財産権の出願がある企業	1,077社
過去5年間に産業財産権の出願がない企業	1,000社
合計	2,077社

②調査実施方法

令和3年12月7日に調査協力依頼状、調査票、返信用封筒を郵送し、調査票を回収した。

③回収結果

有効回収票数は605件、有効回収率は29.1%であった。また、回収した企業（サンプル）の創業期別、従業員数別、業種別、主な事業エリア別の構成は以下のとおり。

図表 回収票数・回収率

アンケート票発送数（件）	2,077
有効回収票数（件）	605
有効回収率（%）	29.1

図表 創業時期別の構成

カテゴリ	件数	構成比 (全体)%	構成比 (無回答除く)%
3年以内	12	2.0	2
4～9年前	39	6.4	6.6
10年以上前	538	88.9	91.3
無回答	16	2.6	
N（%ベース）	605	100.0	589

図表 業種別の構成

カテゴリ	件数	構成比 (全体)%	構成比 (無回答除く)%
建設	91	15.0	15.3
食品製造	77	12.7	12.9
金属・機械製造	59	9.8	9.9
化学工業	7	1.2	1.2
その他の製造業	125	20.7	21
情報通信（IT）	29	4.8	4.9
卸・小売	72	11.9	12.1
サービス	89	14.7	15
その他の非製造業	46	7.6	7.7
無回答	10	1.7	
N（%ベース）	605	100.0	595

図表 従業員数別の構成

カテゴリ	件数	構成比 (全体)%	構成比 (無回答除く)%
5人以下	85	14.0	14.1
6~20人	146	24.1	24.3
21人~50人	170	28.1	28.3
51人~100人	90	14.9	15
101人~300人	75	12.4	12.5
300人以上	35	5.8	5.8
無回答	4	0.7	
N (%^-ス)	605	100.0	601

図表 主な事業エリア別の構成

カテゴリ	件数	構成比 (全体)%	構成比 (無回答除く)%
道内	387	64.0	65.5
全国	170	28.1	28.8
国内と海外	34	5.6	5.8
無回答	14	2.3	
N (%^-ス)	605	100.0	591

(2) 農水産物等のブランド化に係る取組に関する調査

①調査対象の抽出

道内の農協、漁協全数 181 組合（農協 103 組合、漁協 78 組合）を調査対象とした。

②調査実施方法

令和3年12月7日に調査協力依頼状、調査票、返信用封筒を郵送し、調査票を回収した。

③回収結果

有効回収票数は71件であり、有効回収率は39.2%であった。また、回収した組合（サンプル）の農協・漁協別の構成は以下のとおり。

図表 回収票数・回収率

アンケート票発送数(件)	181
有効回収票数(件)	71
有効回収率(%)	39.2

図表 農協・漁協別の構成

カテゴリ	件数	構成比 (全体)%	構成比 (無回答除く)%
農協	40	56.3	56.3
漁協	31	43.7	43.7
N (%^-ス)	71	100	71

2. 2 道内企業の知的財産活動等に関する調査の結果

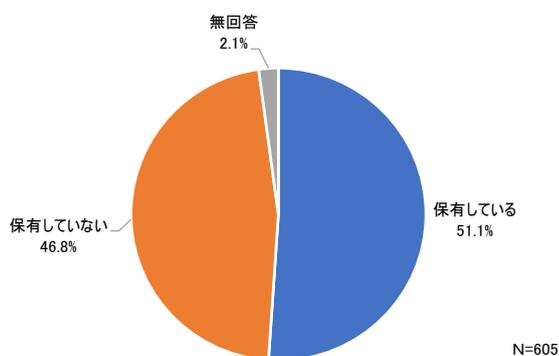
(1) 知的財産の活用・管理に対する考え方や取組

①管理・活用すべき知的財産の保有状況

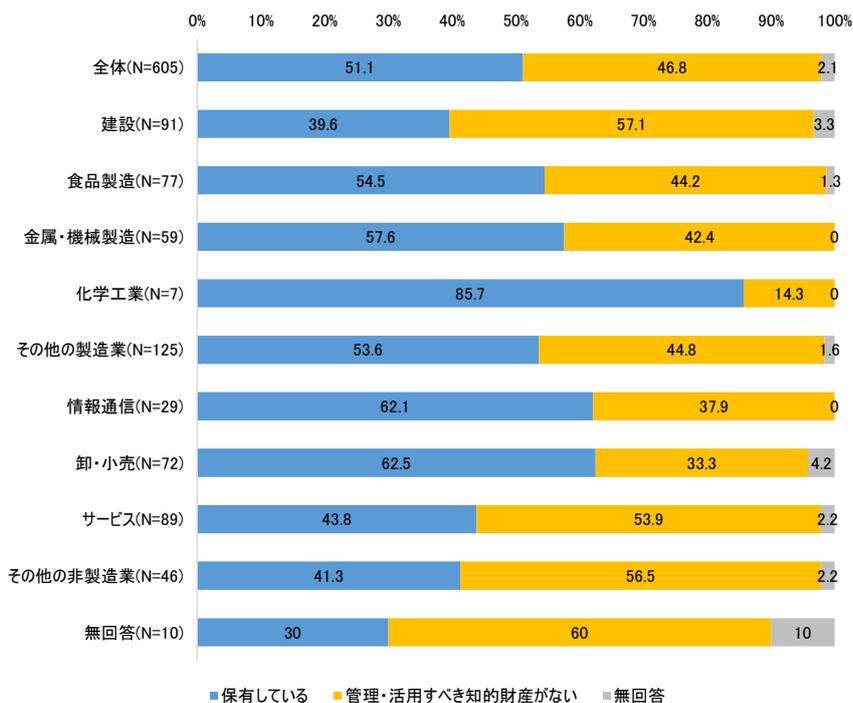
管理・活用すべき知的財産を「保有している」と回答した企業の割合は、51.1%であり、業種別にみると製造業、情報通信業、卸・小売業において保有している割合がやや多い傾向がみられる。

また、主な事業エリア別にみると、「道内（43.3%）」、「全国（62.4%）」「国内と海外（82.4%）」と事業エリアが広いほど管理・活用すべき知的財産を保有していると回答した割合が多い傾向がみられる。この結果から、広いエリアで事業展開を図るうえで知的財産の保有が重要な要素となっていることが推察される。

図表 管理・活用すべき知的財産の保有状況

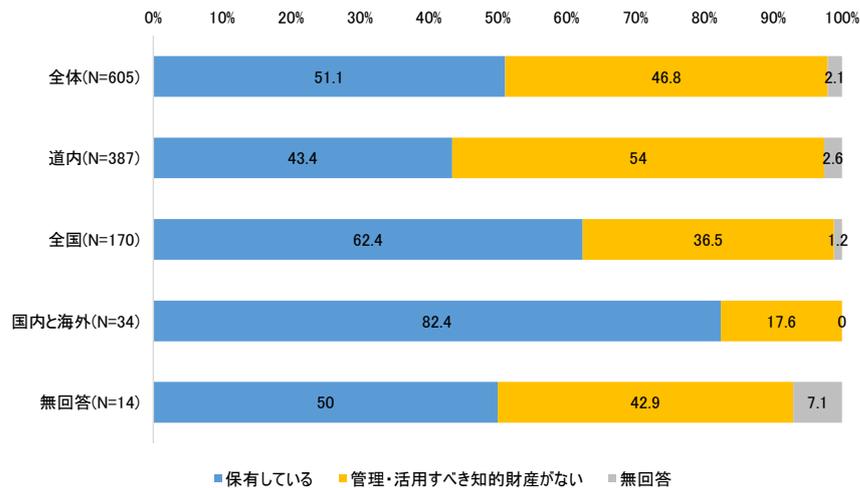


図表 管理・活用すべき知的財産の保有状況（業種別）



主な事業エリア別にみると、「道内（43.3%）」、「全国（62.4%）」「国内と海外（82.4%）」と事業エリアが広いほど管理・活用すべき知的財産を保有していると回答した割合が多い傾向がみられる。この結果から、広いエリアで事業展開を図るうえで知的財産の保有が重要な要素となっていることが推察される。

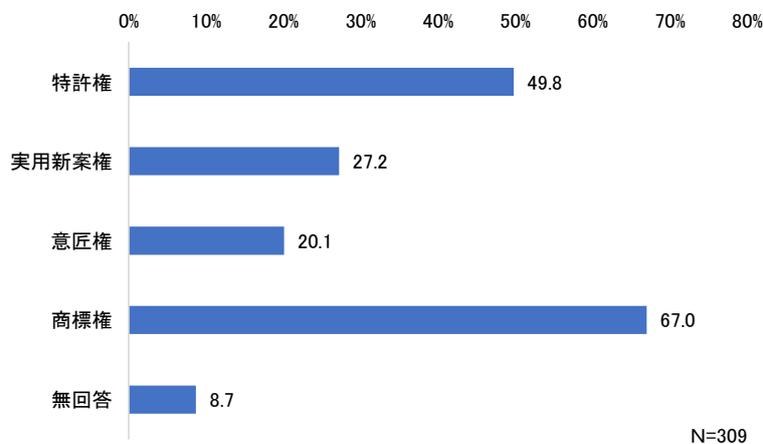
図表 管理・活用すべき知的財産の保有状況（主な事業エリア別）



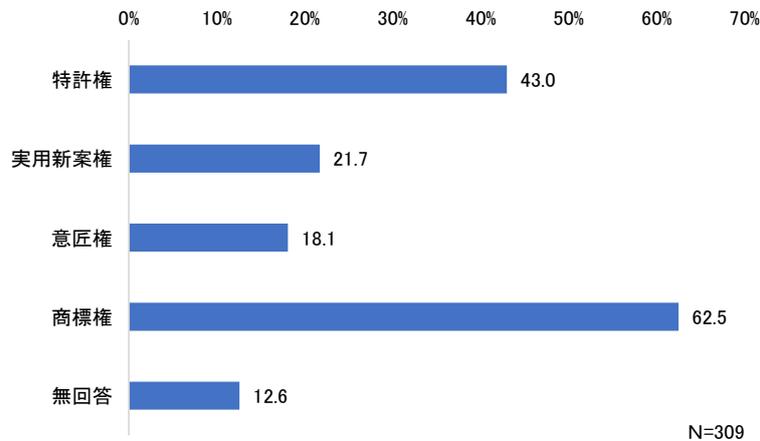
②産業財産権の出願、保有状況

管理・活用すべき知的財産を「保有している」と回答した企業について、出願したことがある産業財産権の回答割合をみると、「商標権（67.0%）」が最も多く、次いで「特許権（49.8%）」、「実用新案（27.2%）」、「意匠権（20.1%）」となっている。保有している産業財産権の回答割合も同様の傾向でとなっている。

図表 出願したことがある産業財産権



図表 保有している産業財産権

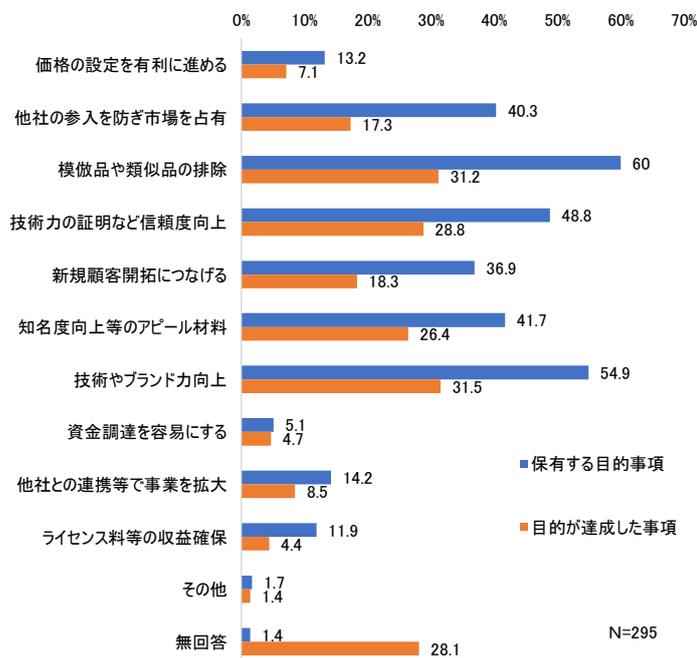


③産業財産権を保有する目的とその達成状況

産業財産権を出願または保有している企業について、保有する目的の回答割合をみると「模倣品や類似品の排除（60.0%）」が最も多く、次いで「技術やブランド力向上（54.9%）」、「技術力の証明など信頼度向上（48.8%）」、「知名度向上等のアピール材料（41.7%）」と続いている。また、回答割合は少ないが「他社との連携等で事業を拡大（14.2%）」、「ライセンス料等の収益確保（11.9%）」と産業財産権を活かし外部と連携等による事業展開を目的とする企業もみられる。

保有する目的と目的を概ね達成した事項との回答割合の比較をみると、殆どの項目で「目的とした事項」の回答割合と比較して「達成した事項」の回答割合が大きく下回っている。

図表 産業財産権を保有する目的とその達成状況



知的財産の管理・活用度合い別にみると、「知的財産の管理や活用の重要性は認識しているが十分には出来ていない企業」や「知的財産の管理や活用を意識して行っているが、知的財産経営までは意識していない企業」と比較して、「知的財産経営を実践している企業」は、産業財産権を保有する目的を達成している傾向が強い。

この結果から、産業財産権を保有する目的の達成度合いを高めるうえで、知的財産経営が重要であることが示唆される。

図表 産業財産権を保有する目的とその達成状況（知的財産の管理・活用の度合い別）

	価格の設定を有利に進める	他社の参入を防ぎ市場を占有	模倣品や類似品の排除	技術力の証明など信頼度向上	新規顧客開拓につなげる	知名度向上等のアピール材料	技術やブランド力向上	資金調達を容易にする	他社との連携等で事業を拡大	ライセンス料等の収益確保	その他	無回答
全体(N=295)	53.8	42.9	52.0	59.0	49.6	63.3	57.4	92.2	59.9	37.0	82.4	28.1
知的財産の管理や活用の重要性は認識しているが十分には出来ていない(N=116)	56.5	33.3	50.0	44.7	42.6	53.4	41.4	52.9	36.6	29.3	100.0	41.4
知的財産の管理や活用を意識して行っているが、知的財産経営までは意識していない(N=102)	20.4	37.0	54.7	71.5	45.8	61.3	69.6	145.0	72.2	29.0	100.0	17.6
知的財産経営（知的財産によって競争力を確保・維持・強化する経営手法）を実践している(N=62)	90.1	57.5	52.3	61.0	63.0	85.3	63.4	90.1	81.9	44.8	100.0	19.4
知的財産経営を実践した上で、同業他社に比べて先進的な取組も出来ている(N=12)	49.7	60.0	40.0	66.6	66.6	66.8	57.1	100.0	100.0	201.2	0.0	16.7
無回答(N=3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0

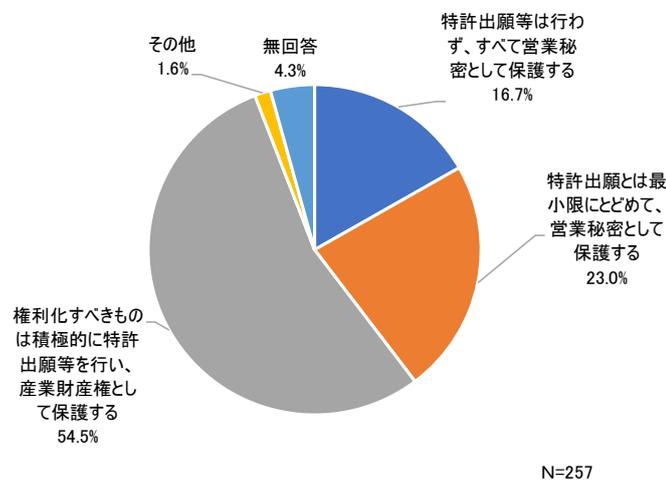
※目的としてあげた項目の回答数を達成した項目の回答数で除した数値

：知的財産の管理・活用の度合いが高いほど、達成した割合が高い項目

④保有する技術およびノウハウの保護方法についての考え方

保有する技術およびノウハウの保護についての考え方は、「権利化すべきものは積極的に特許出願等を行い、産業財産権として保護する」と回答した企業の割合が54.4%と最も多く、「特許出願とは最小限にとどめて、営業秘密として保護する」が23.0%、「特許出願等を行わず、すべて営業秘密として保護する」が16.7%となっている。

図表 保有する技術およびノウハウの保護方法についての考え方

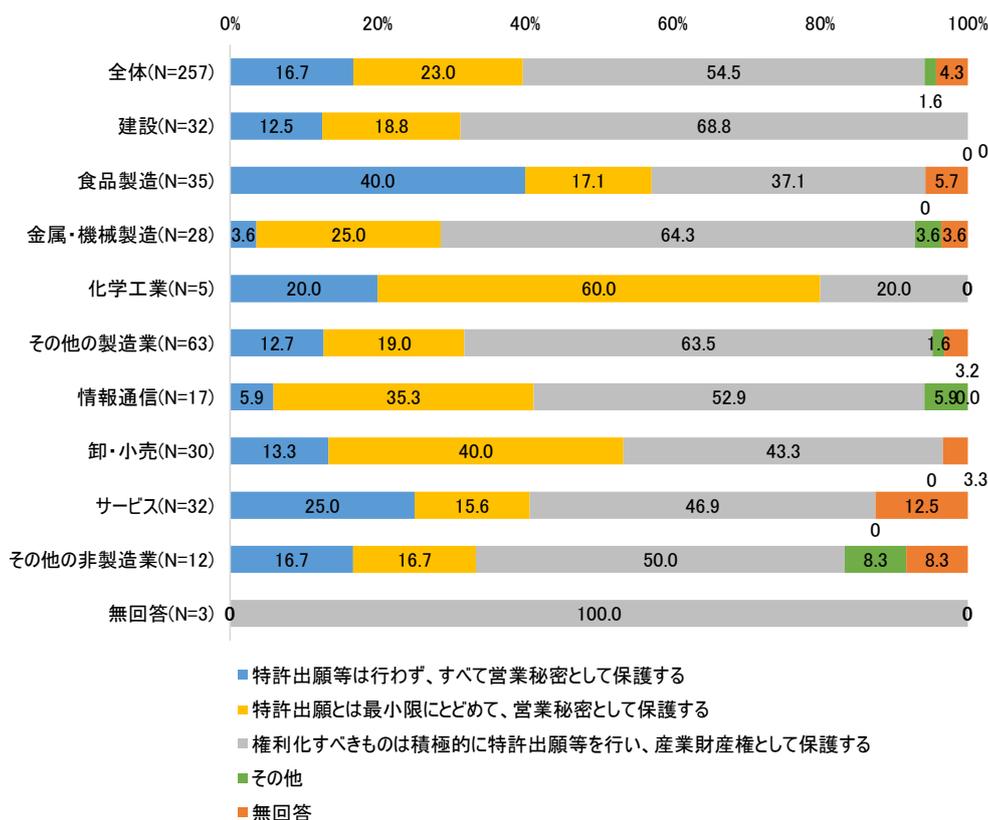


※「保護すべき技術やノウハウはない」と回答した企業を除いて集計。

業種別に全体との比較でみると、食品製造業、サービス業は、「権利化すべきものは積極的に特許出願等を行い、産業財産権として保護する」と回答した割合が低く、「特許出願等を行わず、すべて営業秘密として保護する」とする回答割合が多い傾向がみられる。

この結果から、業種の特性や企業の考え方に応じた知的財産の保護方法に係る支援が重要であることが示唆される。

図表 保有する技術およびノウハウの保護方法についての考え方（業種別）



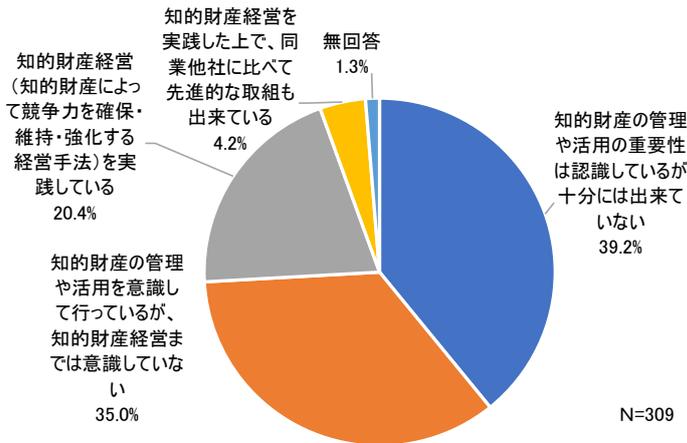
※「保護すべき技術やノウハウはない」と回答した企業を除いて集計。

⑤知的財産の管理・活用の度合

知的財産の適切な管理や十分な活用状況については、「知的財産の管理や活用の重要性は認識しているが十分には出来ていない」と回答した割合が39.2%を占めており、「知的財産の管理や活用を意識して行っているが、知的財産経営までは意識していない」と回答した割合が35.0%であり、「知的財産経営を実践している（20.4%）」または「知的財産経営を実践した上で、同業他社に比べて先進的な取組も出来ている（4.2%）」と回答した割合は24.6%にとどまっている。

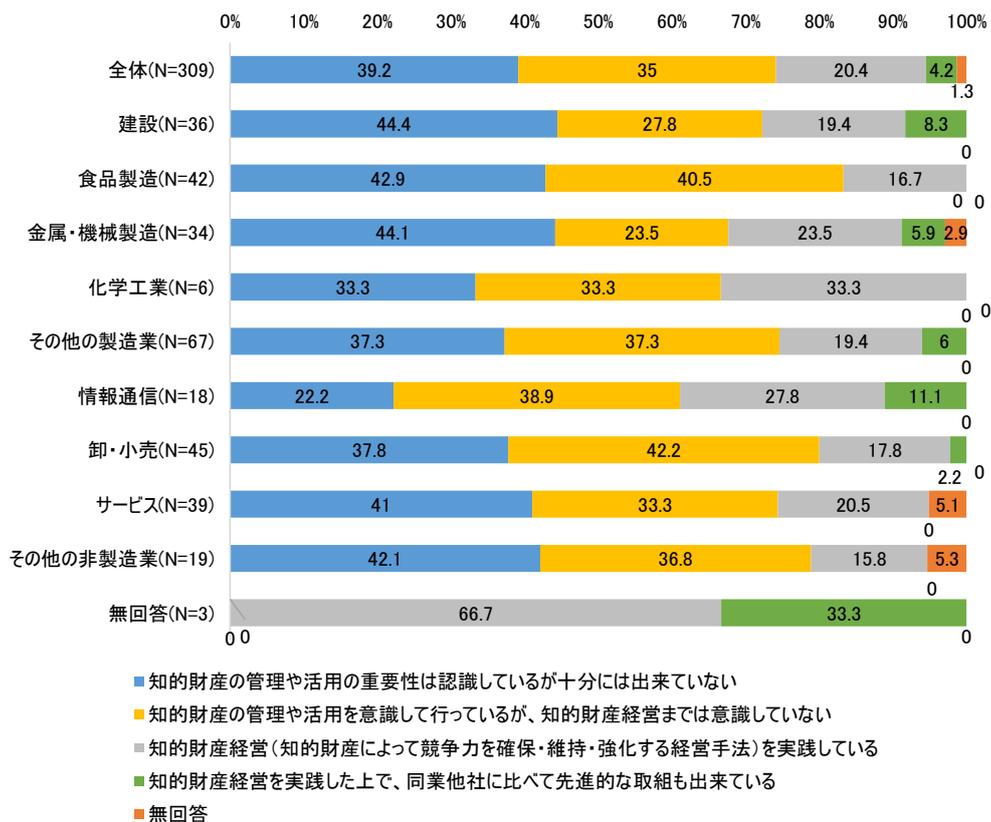
業種別に全体との比較でみると、金属・機械製造業、情報通信業において知的財産経営を実践していると回答した割合が若干多い傾向がみられる。

図表 知的財産の管理・活用の度合



業種別に全体との比較でみると、金属・機械製造業、情報通信業において知的財産経営を実践していると回答した割合が若干多い傾向がみられる。

図表 知的財産の管理・活用の度合（業種別）

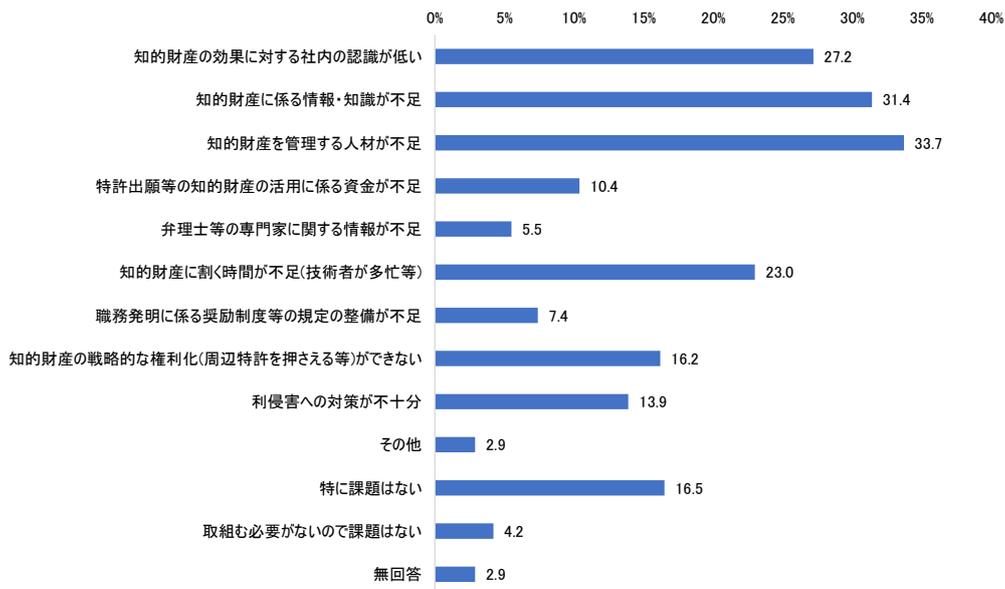


⑥知的財産の活用における課題

知的財産の活用における課題については、課題はないとする回答割合が2割程度であり、8割の企業が何等かの課題を抱えていることがわかる。課題の内容をみると「知的財産を管理する人材が不足」と回答した割合が33.7%と最も多く、次いで「知的財産に係る情報・知識が不足」

が31.4%、「知的財産の効果に対する社内の認識が低い」が27.2%、「知的財産に割く時間が不足(技術者が多忙等)」が23.0%、「知的財産の戦略的な権利化(周辺特許を押さえる等)ができない」が16.2%、「利侵害への対策が不十分」が13.9%、「特許出願等の知的財産の活用に係る資金が不足」が10.4%と続いている。

図表 知的財産の活用における課題



N=309

知的財産の管理・活用の度合別に全体との比較でみると、知的財産の管理や活用の重要性は認識しているが十分には出来ていない企業では「知的財産の効果に対する社内の認識が低い(41.3%)」を、知的財産経営を実践している企業では「特許出願等の知的財産の活用に係る資金が不足(19.0%)」、「利侵害への対策が不十分(19.0%)」を課題とする回答割合も多い傾向がみられる。

図表 知的財産の活用における課題 (知的財産の管理・活用の度合)

	合計	知的財産の効果に対する社内の認識が低い	知的財産に係る情報・知識が不足	知的財産を管理する人材が不足	特許出願等の知的財産の活用に係る資金が不足	弁理士等の専門家に関する情報が不足	知的財産に割く時間が不足(技術者が多忙等)	職務発明に係る奨励制度等の規定の整備が不足	知的財産の戦略的な権利化(周辺特許を押さえる等)ができない	利侵害への対策が不十分	その他	特に課題はない	取組む必要がないので課題はない	無回答
全体(N=309)	100.0	27.2	31.4	33.7	10.4	5.5	23.0	7.4	16.2	13.9	2.9	16.5	4.2	2.9
知的財産の管理や活用の重要性は認識しているが十分には出来ていない(N=121)	100.0	41.3	46.3	47.9	9.1	5.8	27.3	7.4	19.0	14.9	1.7	5.8	4.1	1.7
知的財産の管理や活用を意識して行っているが、知的財産経営までは意識していない(N=108)	100.0	23.1	28.7	28.7	8.3	4.6	22.2	7.4	19.4	10.2	0.9	22.2	7.4	1.9
知的財産経営(知的財産によって競争力を確保・維持・強化する経営手法)を実践している(N=63)	100.0	12.7	15.9	22.2	19.0	6.3	17.5	9.5	9.5	19.0	4.8	20.6	-	4.8
知的財産経営を実践した上で、同業他社に比べて先進的な取組も出ている(N=13)	100.0	7.7	-	7.7	-	7.7	23.1	-	-	15.4	15.4	46.2	-	-
無回答(N=4)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0	25.0	-	50.0

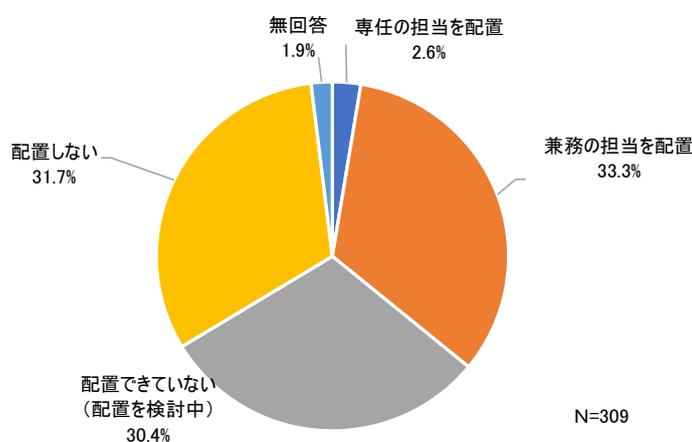
(2) 知的財産活動における人材に係る取組

① 知的財産活動の担当者の配置状況

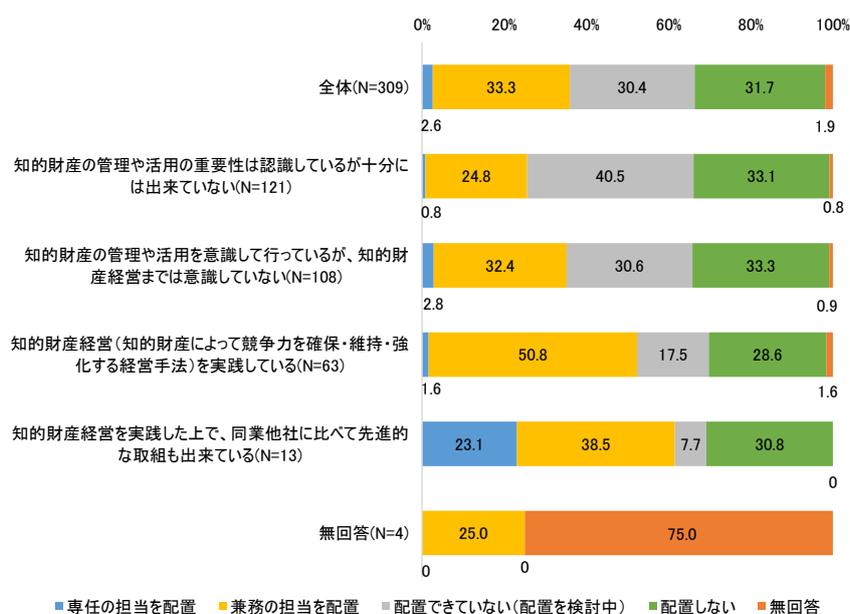
知的財産活動の担当者の配置状況については、「専任の担当を配置」と回答した企業の割合は2.6%と僅少であるが、「兼務の担当を配置」と回答した割合は33.3%となっている。また、配置していない企業についても「配置できていない（検討中）」と回答した割合が30.4%となっている。

知的財産の管理・活用の度合い別に全体との比較でみると、取組度合いが高いほど担当者を配置していると回答した企業の割合が高い傾向がみられる。

図表 知的財産活動の担当者の配置状況



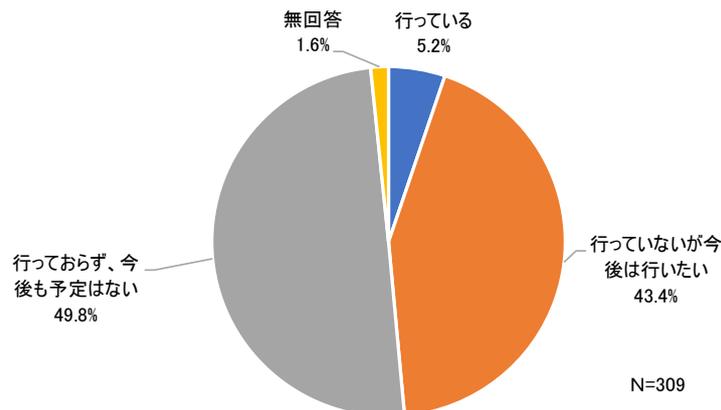
図表 知的財産活動の担当者の配置状況（知的財産の管理・活用の度合い別）



②知的財産活動に係る人材育成の状況

人材育成計画を立てた知的財産活動の担当者の育成については、「行っている」と回答した割合は 5.2%と僅少であるが、「行っていないが今後は行いたい」と回答した割合は 43.4%となっている。

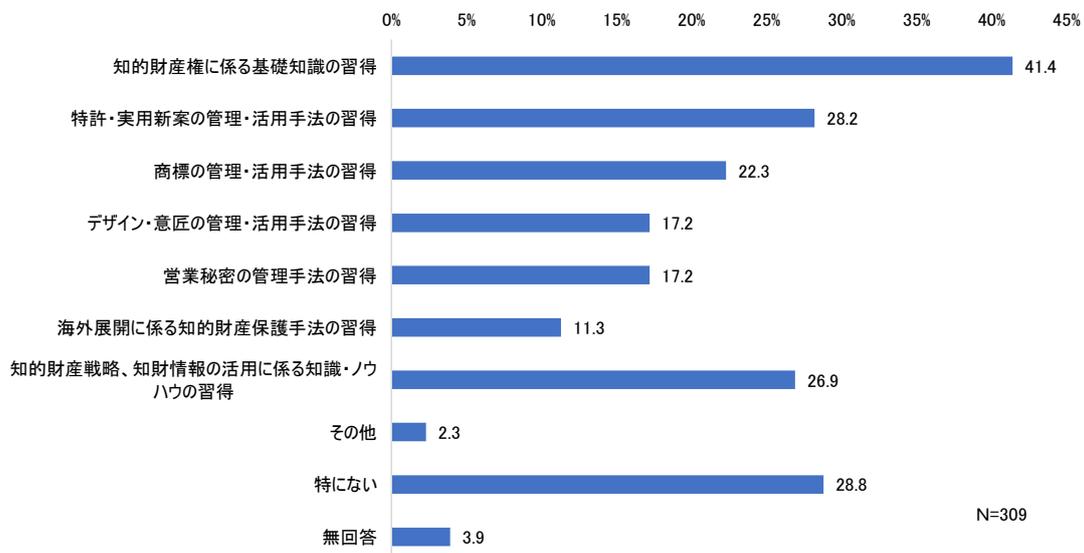
図表 知的財産活動に係る人材育成の状況



③知的財産活動の担当社員に受講させたい研修やセミナーの内容

知的財産活動の担当者に受講させたい研修やセミナーの内容については、「知的財産権に係る基礎知識の習得」と回答した割合が 41.4%と最も多く、次いで「特許・実用新案の管理・活用手法の習得」が 28.2%、「知的財産戦略、知財情報の活用に係る知識・ノウハウの習得」が 26.9%、「商標の管理・活用手法の習得」が 22.3%とつづいている。

図表 知的財産活動の担当社員に受講させたい研修やセミナー



知的財産権に係る担当者の配置状況別に全体との比較でみると、担当者を配置している企業では「知的財産戦略、知財情報の活用に係る知識・ノウハウの習得」を、担当者を配置できていない（今後検討中）企業および担当者を配置しない企業では「知的財産権に係る基礎知識の習得」を回答した割合が多い傾向がみられる。

図表 知的財産活動の担当社員に受講させたい研修やセミナー
(知的財産権に係る担当者の配置状況別)

	合計	知的財産権に係る基礎知識の習得	特許・実用新案の管理・活用手法の習得	商標の管理・活用手法の習得	デザイン・意匠の管理・活用手法の習得	営業秘密の管理手法の習得	海外展開に係る知的財産保護手法の習得	知的財産戦略、知財情報の活用に係る知識・ノウハウの習得	その他	特にない	無回答
全体(N=309)	100.0	41.4	28.2	22.3	17.2	17.2	11.3	26.9	2.3	28.8	3.9
専任の担当を配置(N=8)	100.0	25.0	25.0	12.5	12.5	25.0	12.5	37.5	12.5	25.0	-
兼務の担当を配置(N=103)	100.0	46.6	33.0	24.3	12.6	21.4	14.6	40.8	2.9	19.4	1.9
配置できていない(配置を検討中)(N=94)	100.0	54.3	40.4	36.2	33.0	23.4	13.8	27.7	2.1	17	3.2
配置しない(N=98)	100.0	26.5	13.3	9.2	8.2	7.1	6.1	12.2	1	52	2
無回答(N=6)	100.0	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	83.3

知的財産活動に係る人材育成の状況別に全体との比較でみると、人材育成を行っている企業では「知的財産戦略、知財情報の活用に係る知識・ノウハウの習得」を回答する割合が高い傾向がみられ、人材育成を行っていないが今後は行いたい企業では、いずれのテーマの研修・セミナーについても回答割合が高い傾向がみられる。人材育成を行っておらず今後の予定もない企業も「知的財産権に係る基礎知識の習得」と回答した割合が26.0%となっている。

図表 知的財産活動の担当社員に受講させたい研修やセミナー
(知的財産活動に係る人材育成の状況別)

	合計	知的財産権に係る基礎知識の習得	特許・実用新案の管理・活用手法の習得	商標の管理・活用手法の習得	デザイン・意匠の管理・活用手法の習得	営業秘密の管理手法の習得	海外展開に係る知的財産保護手法の習得	知的財産戦略、知財情報の活用に係る知識・ノウハウの習得	その他	特にない	不明
全体(N=309)	100	41.4	28.2	22.3	17.2	17.2	11.3	26.9	2.3	28.8	3.9
行っている(N=16)	100	50.0	31.3	18.8	12.5	12.5	18.8	50.0	6.3	18.8	-
行っていないが今後は行いたい(N=134)	100	59.0	47.0	36.6	29.1	31.3	19.4	40.3	2.2	6.7	2.2
行っておらず、今後も予定はない(N=154)	100	26.0	12.3	10.4	7.8	5.8	3.9	13.6	1.9	50.0	3.9
不明(N=5)	100	20	-	20	-	-	-	-	-	-	60

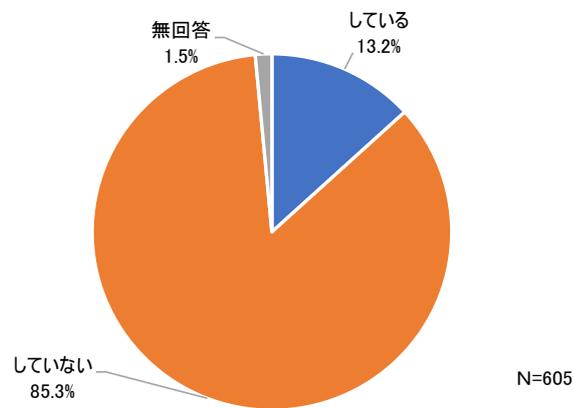
(3) 輸出等の海外事業に係る知的財産の保護に係る取組

①輸出等の海外事業の展開状況

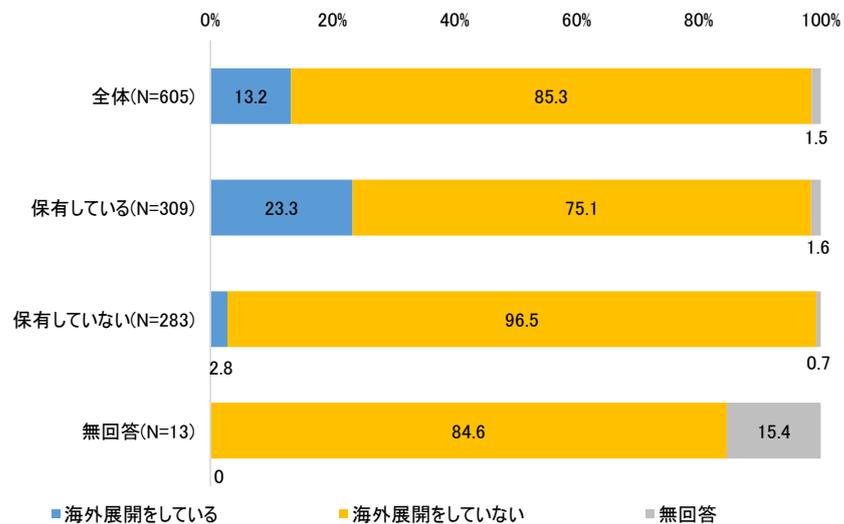
輸出等の海外事業の展開状況については、「行っている」と回答した割合は13.2%、「行っていない」と回答した割合が85.3%となっている。

管理・活用すべき知的財産の保有状況別に全体との比較でみると、保有している企業において海外展開を「行っている」と回答した割合が高い。

図表 輸出等の海外事業の展開状況



図表 輸出等の海外事業の展開状況（管理・活用すべき知的財産の有無別）

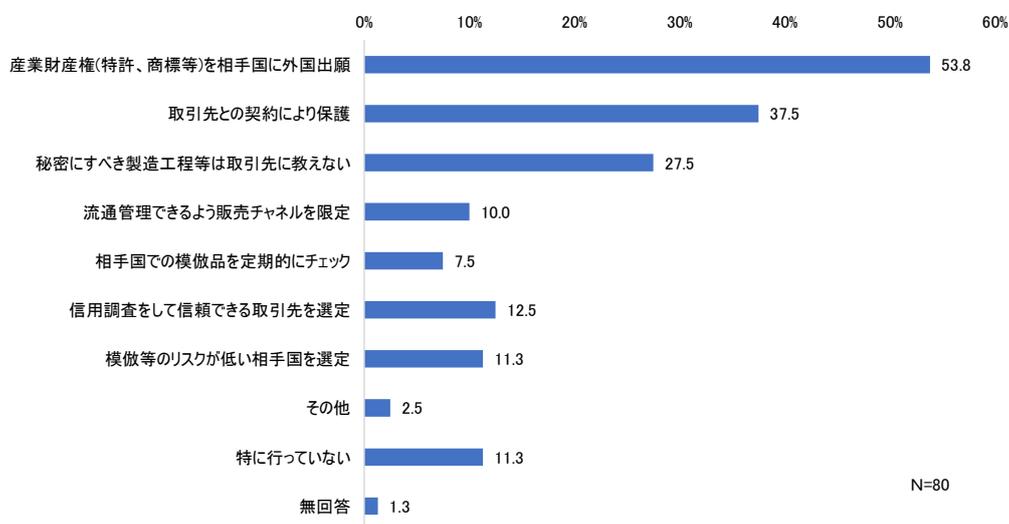


②海外事業におけるブランドや技術・ノウハウの保護に係る取組状況

海外事業におけるブランドや技術・ノウハウの保護に係る取組については、「産業財産権(特許、商標等)を相手国に外国出願」と回答した割合が53.8%と最も多く、次いで「取引先との契約により保護(37.5%)」、「秘密にすべき製造工程等は取引先に教えない(27.5%)」と続いている。「特に行っていない」と回答した割合は11.3%となっている。

海外事業を展開している道内企業の多くはブランドや技術・ノウハウの保護のための何等かの対策をとっているが、外国出願による産業財産権の保有まで行っている企業は半数程度にとどまっていることがわかる。

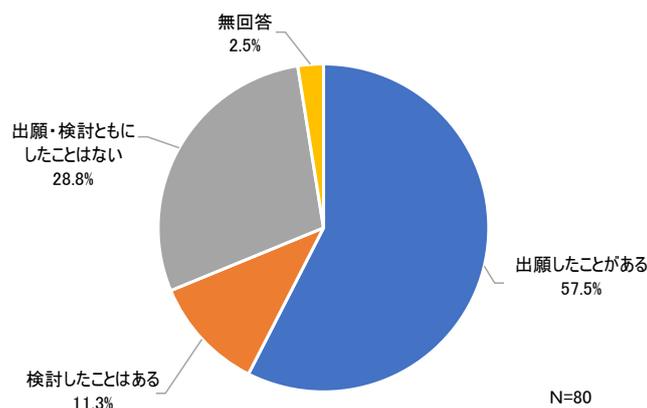
図表 海外事業におけるブランドや技術・ノウハウの保護に係る取組状況



③産業財産権の外国出願に係る取組の有無

産業財産権の外国出願については、「出願したことがある」と回答した割合が57.5%と最も多く、「検討したことはある」と回答した割合は11.3%となっている。

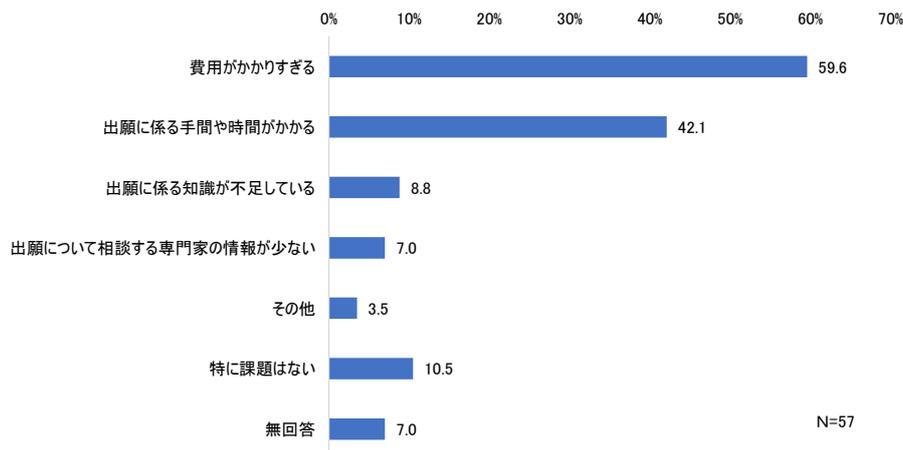
図表 産業財産権の外国出願に係る取組の有無



④産業財産権の外国出願に係る課題

外国出願をしたことがあるまたは検討したことがある企業における出願に係る課題については、「費用がかかりすぎる（59.6%）」と「出願に係る手間や時間がかかる（42.1%）」に回答が集中する傾向がみられており、費用と手間の多さが外国出願のハードルとなっていることが推察される。

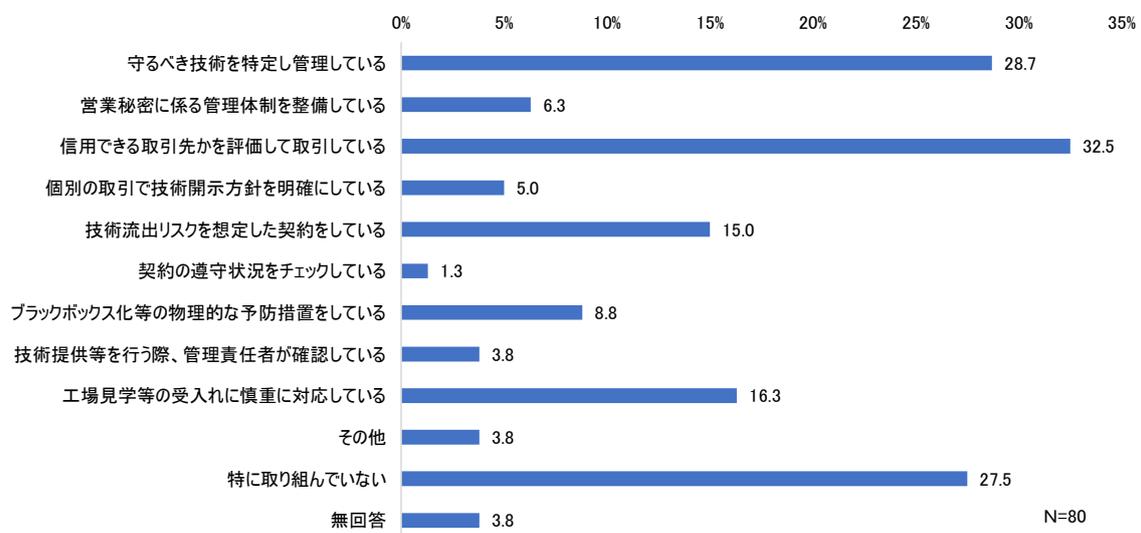
図表 産業財産権の外国出願に係る課題



④海外への技術流出防止対策に係る取組

海外への技術流出防止対策については、「信用できる取引先かを評価して取引している」と回答した割合が32.5%と最も多く、次いで「守るべき技術を特定し管理している（28.7%）」、「工場見学等の受入れに慎重に対応している（16.3%）」、「技術流出リスクを想定した契約をしている（15.0%）」と続いている。一方、「特に取組んでいない」と回答した割合は27.5%となっている。

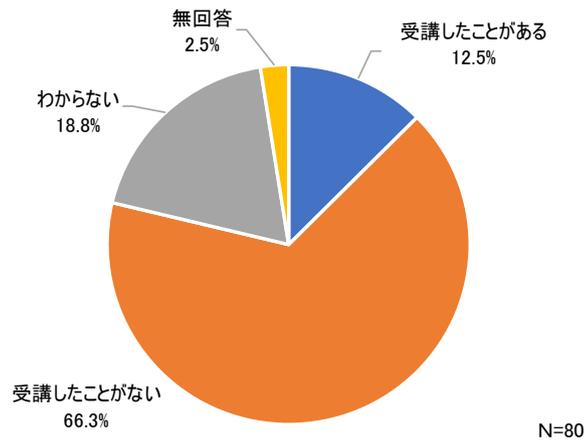
図表 海外への技術流出防止対策に係る取組



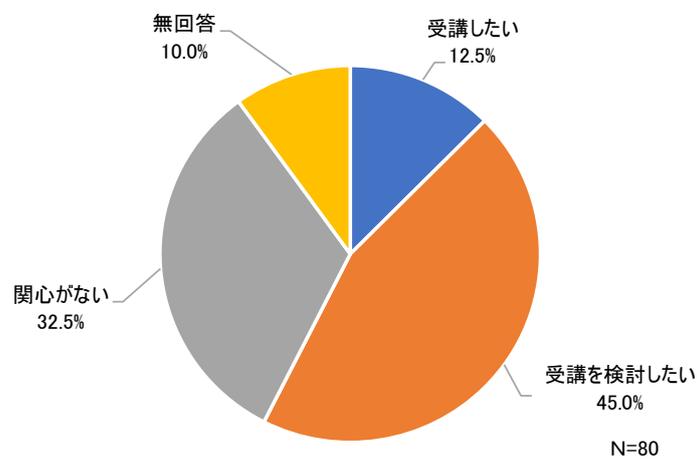
⑤海外への技術流出防止に関するセミナーの受講状況と今後の受講要望

海外への技術流出防止に関するセミナーを「受講したことがある」と回答した企業の割合は12.5%であるが、今後の受講意向については「受講したい」と回答した割合が12.5%、「受講を検討したい」が45.0%となっており、受講への関心の高さが推察される。

図表 海外への技術流出防止に関するセミナーの受講経験



図表 海外への技術流出防止に関するセミナーの今後の受講意向

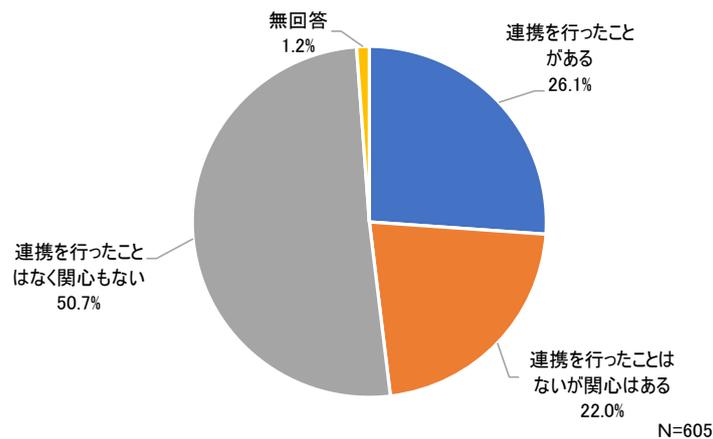


(4) 外部（企業や大学等）との関わりの中での知的財産活動状況

①他社・他組織との知的財産に関する連携経験

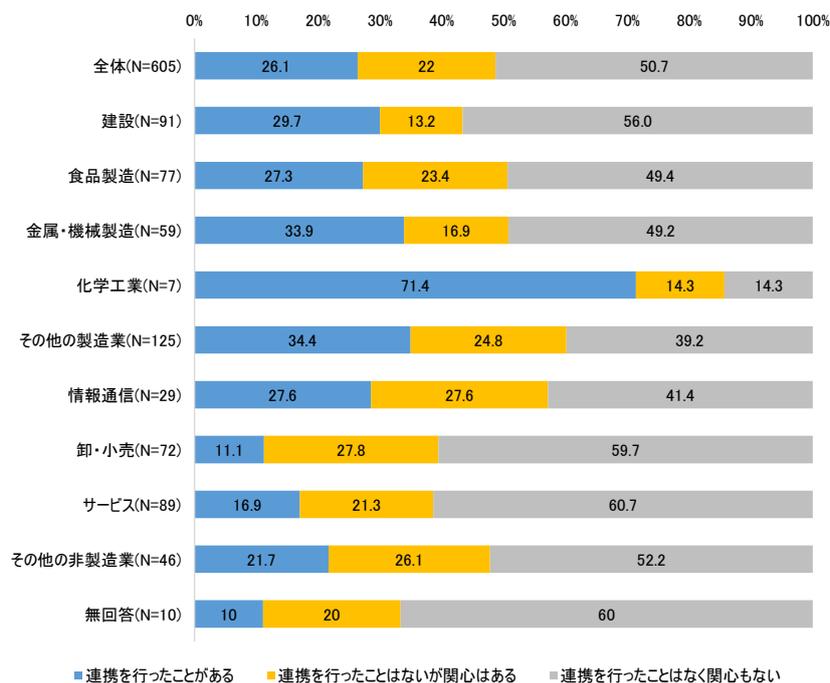
他社との間での技術移転に係る取組や大学・公設試との共同研究等について、「連携を行ったことがある」と回答した割合が26.1%にとどまっている。これと「連携を行ったことはないが関心はある（22.2%）」を合わせると約5割となっている。

図表 他社・他組織との知的財産に関する連携経験



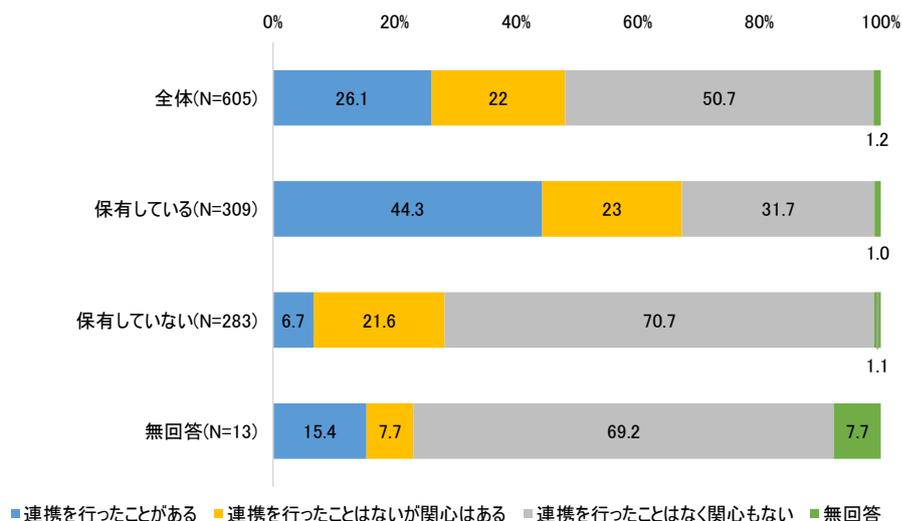
業種別に全体との比較でみると、「連携を行ったことがある」または「連携を行ったことはないが関心がある」と回答した割合について、その他の製造業、情報通信業で回答割合が若干多い傾向がみられ、卸・小売業、サービス業において回答割合が低い傾向がみられる。

図表 他社・他組織との知的財産に関する連携経験（業種別）



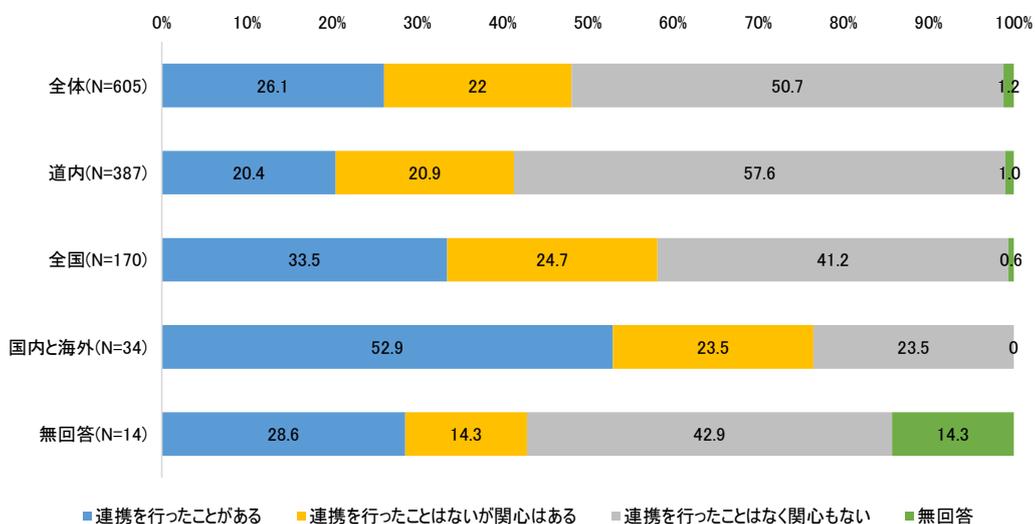
管理・活用すべき知的財産の保有状況別にみると、保有している企業の「連携を行ったことがある（44.3%）」または「連携を行ったことはないが関心がある（23.0%）」と回答した割合は7割弱となっている。

図表 他社・他組織との知的財産に関する連携経験
(管理・活用すべき知的財産の有無別)



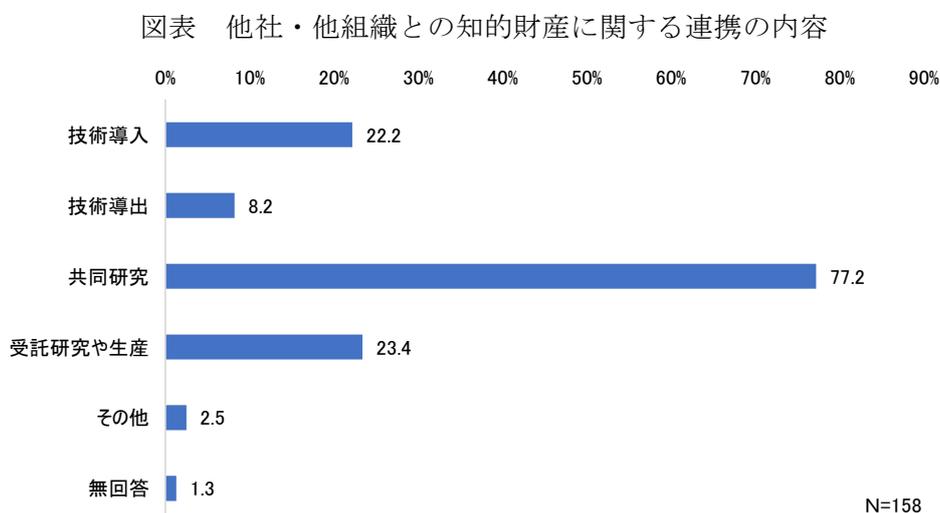
主な事業エリア別にみると、事業エリアが広いほど「連携を行ったことがある」または「連携を行ったことはないが関心がある」と回答した割合が多い傾向となっている。この結果から、広く事業を展開するうえで、他社や他組織の知的財産や経営資源を活かす取組が重要な要素であることが示唆される。

図表 他社・他組織との知的財産に関する連携経験（主な事業エリア別）



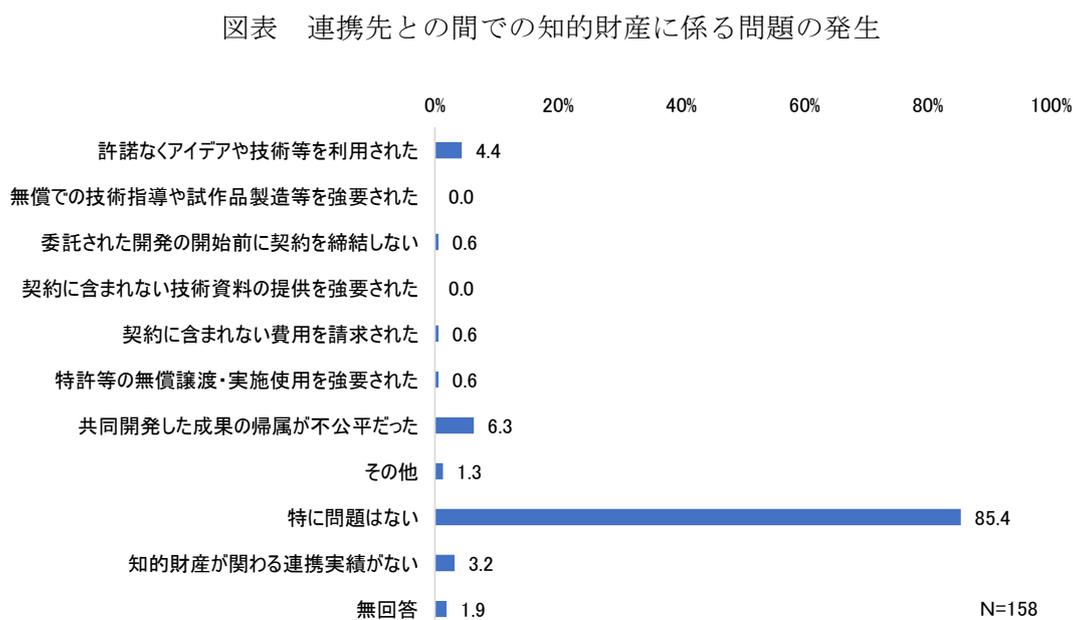
②他社・他組織との知的財産に関する連携の内容

他社や他組織と連携した内容の回答割合は、「共同研究」が77.2%と最も多く、次いで「受託研究や生産」が23.4%、「技術導入」が22.2%、「技術導出」が8.2%となっている。



③連携先との間での知的財産に係る問題の発生状況

他社や他組織と連携における連携先との間での知的財産に係る問題の発生については、「特に問題がない」と回答した割合が85.4%を占めるが、「共同開発した成果の帰属が不公平だった(6.3%)」、「許諾なくアイデアや技術等を利用された(4.4%)」等の問題が発生している企業もみられる。

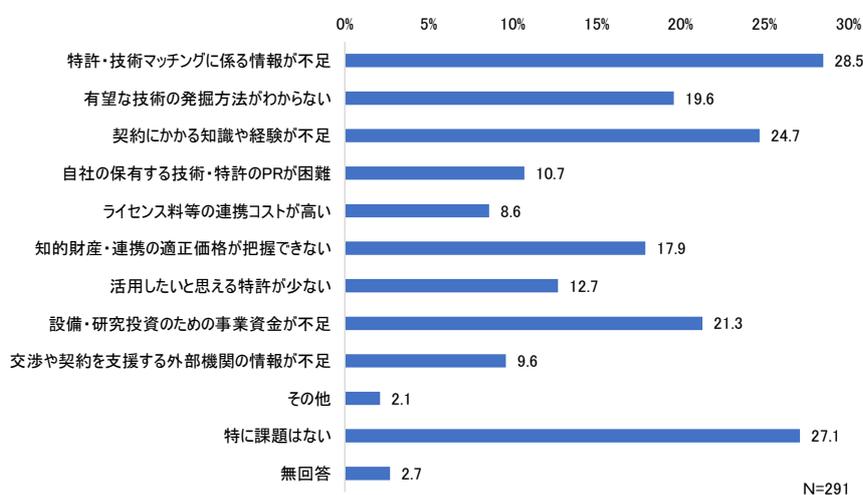


④他社・他組織との知的財産に係る連携における課題

「連携を行ったことがある」または「連携を行ったことはないが関心はある」と回答した企業について、他社や他組織との知的財産に係る連携における課題をみると、「特に課題はない」の回答割合が 27.1%に留まっており、7 割以上の企業が何等かの課題を抱えていることがわかる。

課題の内容としては「特許・技術マッチングに係る情報が不足」と回答した割合が 28.5%と最も多く、次いで「契約にかかる知識や経験が不足 (24.7%)」、「設備・研究投資のための事業資金が不足 (21.3%)」、「有望な技術の発掘方法がわからない (19.6%)」、「知的財産・連携の適正価格が把握できない (17.9%)」と続いている。

図表 他社・他組織との知財面の連携における課題



連携の経験別に全体との比較でみると、連携を行ったことがある企業は「特に問題はない」と回答した割合が 41.8%と多く、次いで、「設備・研究投資のための事業資金が不足」が 17.1%、「特許・技術マッチングに係る情報が不足」が 16.5%となっている。

連携を行ったことはないが関心がある企業では「特許・技術マッチングに係る情報が不足 (42.9%)」、「契約にかかる知識や経験が不足 (34.6%)」、「有望な技術の発掘方法がわからない (33.1%)」を課題とする回答割合が特に多い傾向がみられる。

図表 他社・他組織との知財面の連携における課題（連携した経験の有無別）

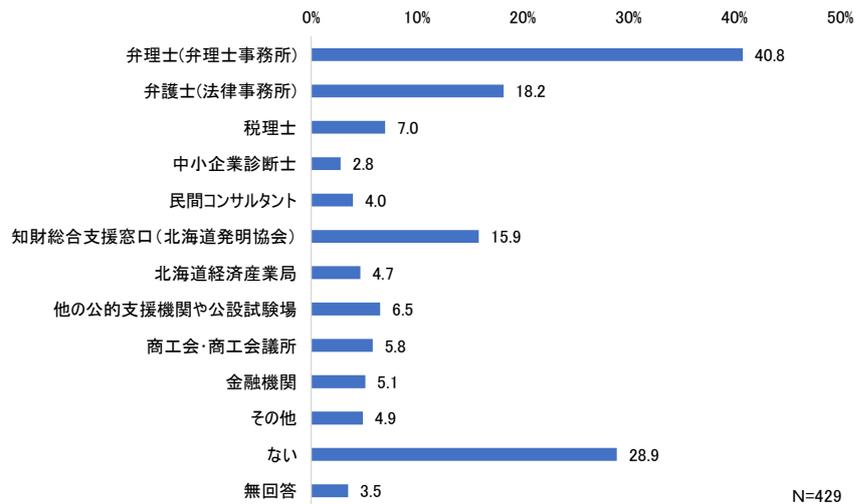
	合計	特許・技術マッチングに係る情報が不足	有望な技術の発掘方法がわからない	契約にかかる知識や経験が不足	自社の保有する技術・特許のPRが困難	ライセンス料等の連携コストが高い	知的財産・連携の適正価格が把握できない	活用したいと思える特許が少ない	設備・研究投資のための事業資金が不足	交渉や契約を支援する外部機関の情報が不足	その他	特に課題はない	無回答
全体(N=291)	100.0	28.5	19.6	24.7	10.7	8.6	17.9	12.7	21.3	9.6	2.1	27.1	2.7
連携を行ったことがある(N=158)	100.0	16.5	8.2	16.5	8.9	8.9	13.9	8.9	17.1	3.8	0.6	41.8	1.9
連携を行ったことはないが関心はある(N=133)	100.0	42.9	33.1	34.6	12.8	8.3	22.6	17.3	26.3	16.5	3.8	9.8	3.8

(5) 知的財産活動に係る公的支援の活用状況・要望等

① 知的財産について相談する相手

知的財産に関する相談相手は「弁理士」と回答した割合が40.8%と最も多く、次いで「弁護士(18.2%)」、「知財総合支援窓口(15.9%)」と続いている。相談する相手が「ない」と回答した割合が28.9%となっている。

図表 知的財産について相談する相手

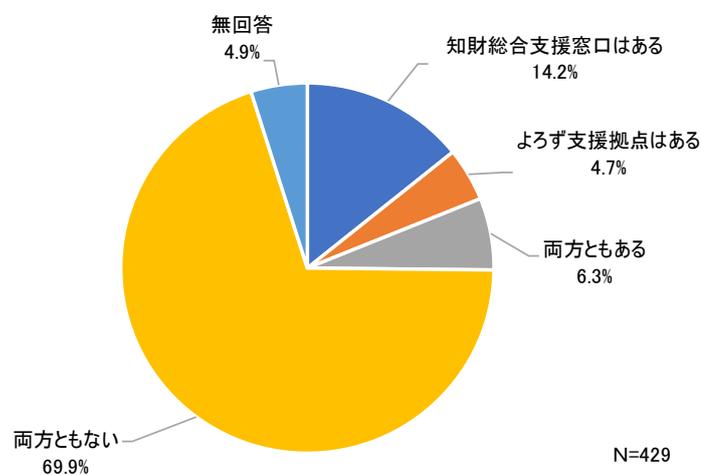


※「知的財産活動を行っていない」と回答した企業を除いた集計

② 公的支援機関の活用状況

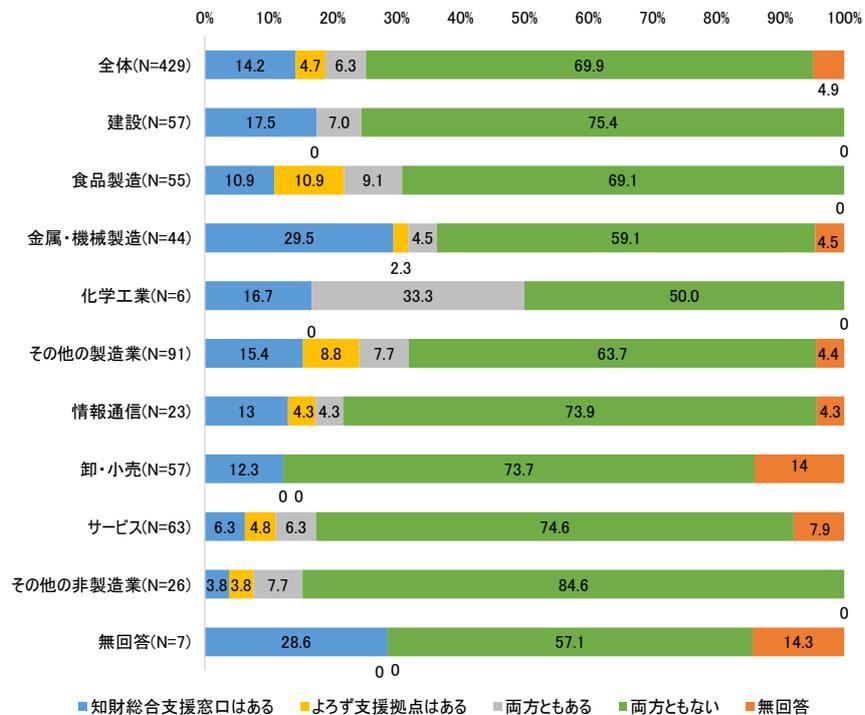
知的財産に関連する公的支援機関の活用状況については、「知財総合支援窓口」、「よろず支援拠点」の両方またはいずれかを活用したと回答した割合は25.2%となっている。

図表 公的支援機関の活用状況



業種別に全体との比較でみると、製造業においてこれら支援機関を利用していると回答した割合が若干高い傾向がみられる。

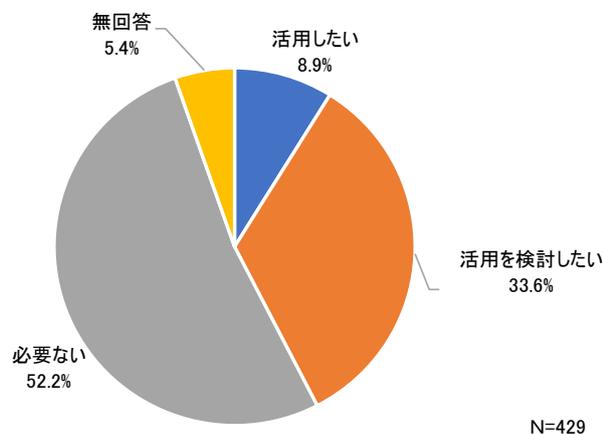
図表 公的支援機関の活用状況（業種別）



③オンラインによる知的財産の相談窓口やセミナーの活用意向

オンラインによる知的財産の相談窓口やセミナーの活用意向についても回答割合は、「活用したい」が8.9%、「活用を検討したい」が33.6%となっており、これらで4割を超えている。

図表 オンラインによる知的財産の相談窓口やセミナーの活用意向



④知的財産活動の推進に向けた公的支援に係る要望・意見

知的財産活動の推進に向けた公的支援に係る要望等の回答内容をみると、商品開発や特機居出願等に係る補助制度の充実や申請書類の簡素化、知的財産に係る相談体制の充実（窓口の地方配置、リモート対応、専門家派遣、相談対応する専門家の充実等）に係る要望が多くみられる。また、知財財産を活かしたビジネス展開に係るコーディネートや特許検索サイトの充実を求める声もみられた。

図表 知的財産活動の推進に向けた公的支援に係る要望・意見

- ・ 外国出願において、何らかの補助があれば良いと思う。（食品製造業）
- ・ セミナー受講に対する公的助成金制度。（食品製造業）
- ・ 専門家が少ない。補助金の大幅なUP。（食品製造業）
- ・ 発明した未知の機械が特許になると、科学的価値を認められる事になる。製造する製品の全責任は、特許権者が負う。21世紀になって新たな機械の発明はないと思うが、物理法則に記載のない原理を、自然法則に従って説明する未知の機械の開発も、補助金などの対象にしてほしいと思う。アベノミクスによって設立した変則な会社が新規開発して製品を作り、製品が売れるまでは収入のない会社の事情も理解してほしいと思う。（金属・機械製造業）
- ・ 外国出願に係る費用助成。（その他の製造業（医療機器））
- ・ 特許出願に掛かる労力と得られるメリットを考えると、出願せずに済ませるケースが多くある。中小企業でも負担が少なく願出できるよう財政面、労力面のアシストが更に拡充される事を望む。（その他の製造業（プラスチック製品））
- ・ 特許費用の補助制度拡充（資金等）。（その他の製造業）
- ・ ものづくりに関する公的支援（補助金など）。（その他の製造業）
- ・ 中小事業者の申請登録費用の助成を望む。商標登録を考えている製品名などがあるが、調査費だけでも高額になってしまう。例えば、成功報酬で登録までのコンサル、調査をしてくれるような助成があればと思う（弁理士に相談してもただひたすら調査費をとられるだけなので前に進みづらい）。（その他の製造業）
- ・ 助成金等。申請書類の簡便化。（卸・小売業）
- ・ 申請しやすい補助金、助成制度を期待しています。（サービス業）
- ・ 特許の試作機の製作費の助成率のアップ（例えば補助率 1/2 を 2/3 に）。（その他の非製造業（研究開発））
- ・ 当社の様な中・小商社の資金力では研究継続や型試験機作製また野外実証試験等の継続は難しく、行政、官公庁には資金確保の方策やこの技術で事業化する大企業との橋渡しをお願いしたい。（その他の非製造業（官庁特殊装備品商社））
- ・ 検証先機関の適切な依頼先のアドバイスがあれば、非常に助かる。（業種不明）
- ・ 費用のファイナンスとかあれば充実すると思う。補助金は、事務作業量を考えれば割に合わない。（化学工業）
- ・ 知的財産を全国展開すべく資金の融資または、支援がこの窓口で出来るようにしてほしい。（サービス業）
- ・ 資金と人材教育支援を希望する。自動車業界では先進自動車の開発がどんどん進んでいるが、修理工場に対しての支援は無く、新設備への投資が重くのしかかり、これ以上の投資が困難となっている。そこに加えて若者の車離れにより自動車に興味を示す若者が減り、人手不足にも苦労している。当社では先進自動車の修理には無くてはならない特許を持っている。今すぐにでも生かしたい場面に来ているが、人手不足と資

金不足で進める事が出来ていない現状である。ものづくり補助金の採択も受けましたが、人手不足と機械納期遅れにより辞退した。今後、先進自動車の修理をメーカーだけで対応できるとは思えない。(サービス業)

- ・ 引用文献の簡単な検索方法。(建設業)
- ・ 親身な対応(ただの窓口であるなら不要)、各国の状況・情報の発信の充実(ルールはあっても実施されていない国がある)。(食品製造業)
- ・ 北海道は機械系の知財支援が少なすぎる。また、講座やセミナーも初級ばかりで応用及び実務者向けが無い。(金属・機械製造業)
- ・ これまでの手続きやその費用の支援だけでなく、一定期間のそれらに関する人材の派遣や訪問、リモート形式での知財の有利性や活動報告などを SNS などでオープンに紹介してほしい。時間に気にする事なく、いつでも知財に関する様々な情報を観られる環境があるといい。(金属・機械製造業)
- ・ 信用、信頼できる弁理士がいるので弊社は必要としていない。しかし、北海道には弁理士不在の地域が多いので、14 総合振興局で特許申請要望窓口を開設し要望をまとめ、日程を決めた上で弁理士さんと個別相談をした方が良いと思う。(その他の製造業)
- ・ 無料相談窓口。(その他の製造業)
- ・ 類似の特許調査に費用がかかり過ぎる。特許検索サイトの充実を望む。(その他の製造業)
- ・ バイオエネルギー発電に関する木炭の超微粉碎、F S C 木製品(例、割箸、五平餅のへら)等、隙間産業出口情報と支援策(実例をテーマにした出口の相談)が重要。(その他の製造業(木製品))
- ・ 以前、知財総合支援相談は行ったことはありますが、担当者に依り、熱量の差を感じ、民間の(他の)弁護士に依頼をお願いした。(サービス業)
- ・ 知的財産の定義に沿って自社で保有する技術やノウハウがそれに当たるか、またはどのようになればそれに当たるのかなど、基本的な情報を提供頂いた上で診断を行い、自社の知的財産に関する方針を定めていきたい。(サービス業)
- ・ 小さな会社ではアイデアを出しテストを行い権利化するまでは問題なく行えるが、それを他の技術とどの様に組み合わせる製品化すれば良いか難しい。特に大手や業界内で地位のある会社との協業を考えても相手にされないことが多く、そこを助けてもらうと助かる。(卸・小売業)
- ・ リスクヘッジのアドバイス、事例の紹介。(金属・機械製品製造業)
- ・ オンラインセミナーはコロナが収束したとしても続けて欲しい。知識ももちろんですが、運用支援や運用のためのセミナーも希望する。社員向け(技術者)の動画教材(実務にそ沿った分かりやすく短い物)があると社内の認識・意識が変えられてありがたい。(情報通信業)
- ・ 最近、知的財産について気にし始めた所なので、基礎的な所から知る事が出来るセミナー等あるとよい。(その他の非製造業(農業))
- ・ 道内の弁理士に相談したいが、情報が不足している。(建設業)
- ・ 知的財産を取得するメリットを知らなかった。今後、他社との競争や世界に販路を広げる際に必要なことだと思うので、ガンガン情報が欲しい。(卸・小売業)
- ・ 国内外でのオンライン展示会の様な特許技術の紹介をして、幅広く技術を拡充してほしい。(業種不明)
- ・ 社員への意識の向上の支援。(情報通信業)
- ・ 具体的には浮かばないが、公的支援が必要と思う。(建設業)
- ・ 販売部門では商標権の海外での保全に苦勞している。製造部門としては、新技術等を

利用したいが、まだ先と思っている（食品製造業）

- 当社は個人事業主で、当初 2 人でやっておりましたが、今は 4 人になり、売上を増やして人件費をいかに増やすか、色々と考え中。個人事業主は知的財産を知らないと思う。（その他の製造業（キャンピング車））
- 中小企業では知的財産権を取得する理由をあまり理解していないので取得を考えたこともなかったり、自分達には関係ないことだと思っている。（サービス業）

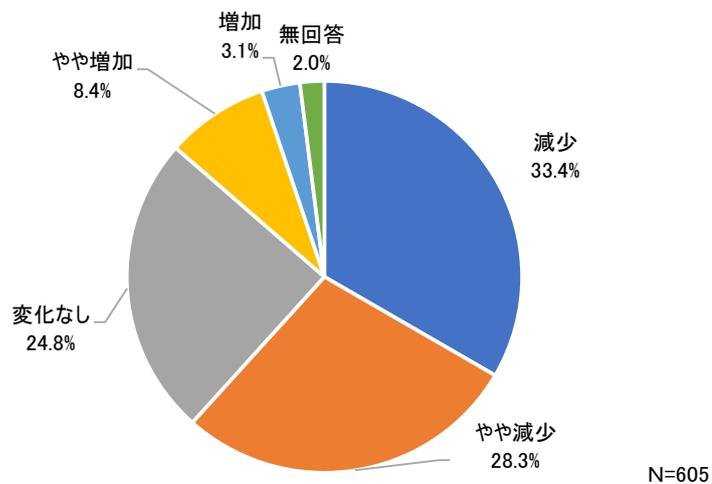
(6) 新型コロナウイルスの感染拡大による影響

①事業活動への影響

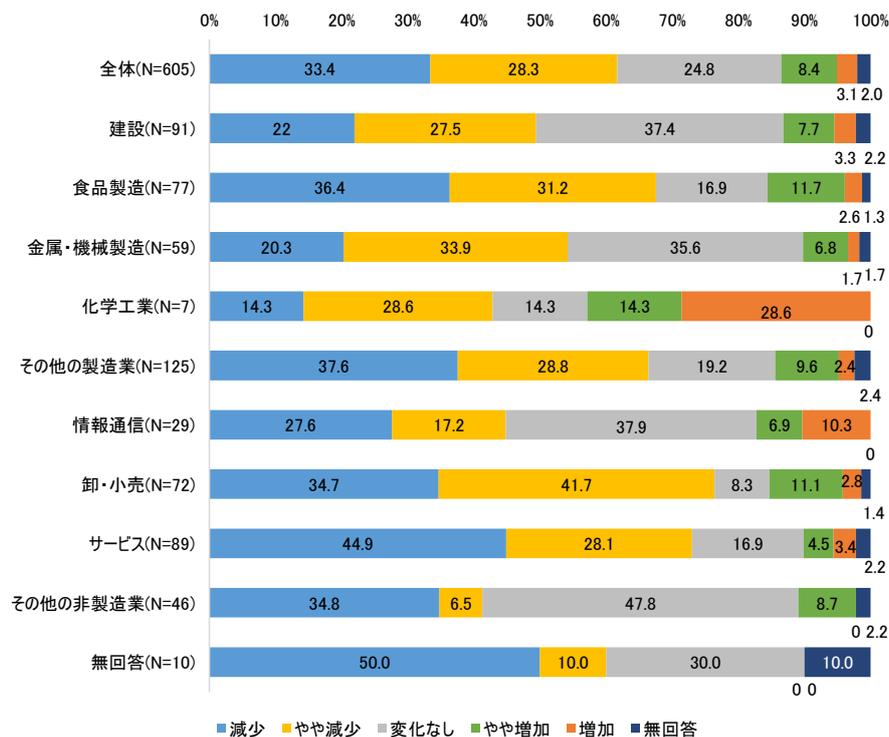
コロナ禍による売上への影響については、「減少 (33.4%)」または「やや減少 (28.3%)」と回答した割合が6割を超えている。

業種別に全体との比較でみると、食品製造業、卸・小売業、サービス業で「減少」または「やや減少」と回答した割合が高い傾向がみられる。

図表 売上への影響

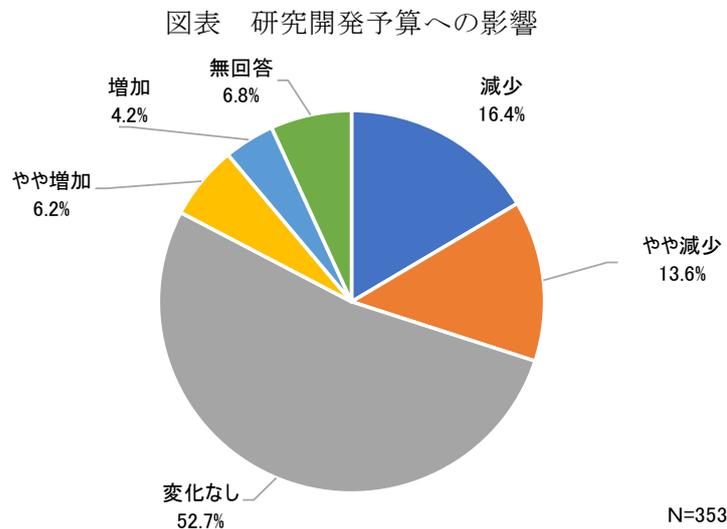


図表 売上への影響 (業種別)

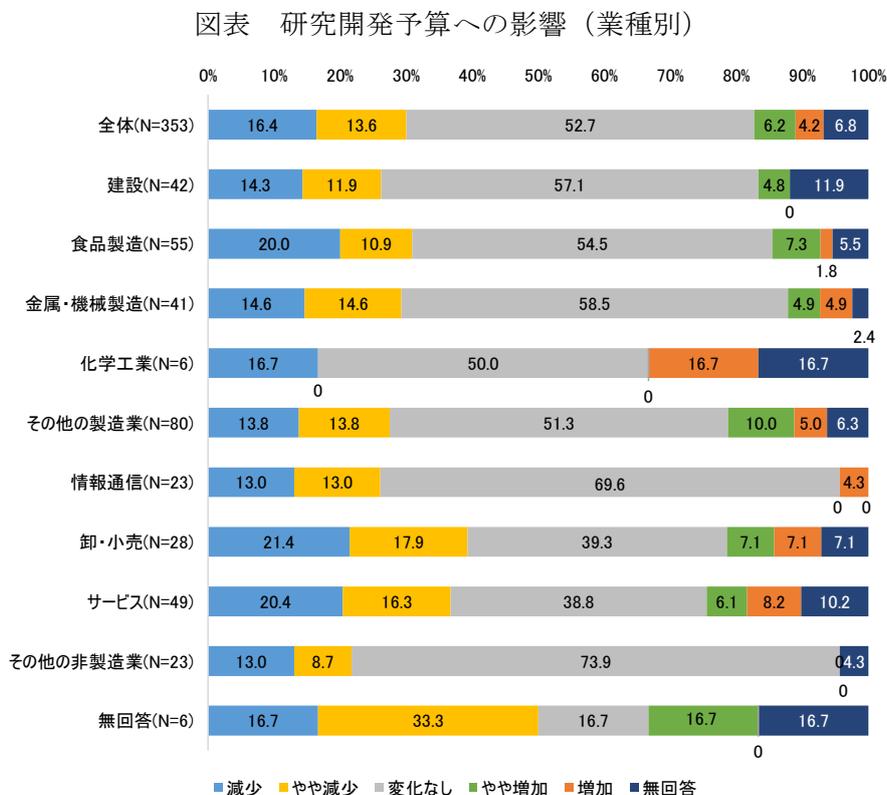


コロナ禍による研究開発予算への影響については、「減少（16.4%）」または「やや減少（13.6%）」と回答した割合が3割となっている。

業種別に全体との比較でみると、卸・小売業、サービス業で研究開発予算が「減少（16.4%）」または「やや減少（13.6%）」と回答した割合が高い傾向がみられる。

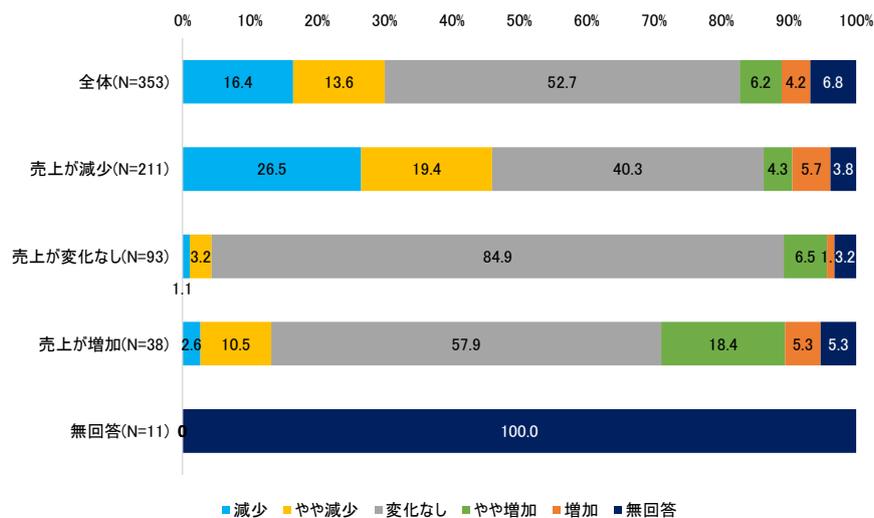


※設問について「該当しない」と回答した企業を除いた集計



コロナ禍の影響により売上が減少した企業について、研究開発費の増減についての回答割合をみると、売上が減少した企業で研究開発費が「減少」または「やや減少」と回答した割合が高いが、売上が減少した企業においても研究開発費は「変化なし」または「増加」「やや増加」と回答した割合は50.3%となっている。この結果から、売上の減少が研究開発予算に影響を与える傾向があるものの、売上が減少しても研究開発予算を維持して取り組む企業が一定数あることがわかる。

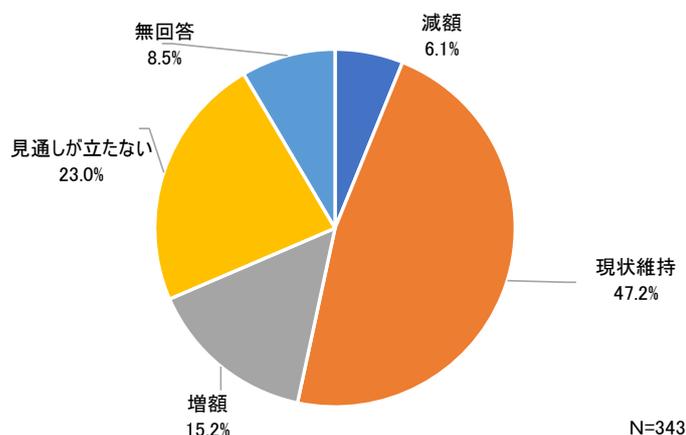
図表 研究開発予算への影響（コロナ禍による売上への影響別）



※売上が減少は「減少」「やや減少」を、売上が増加は「増加」「やや増加」を合算して集計。

研究開発予算の中長期的な見通しについては、「現状維持」と回答した割合が47.2%と最も多い。「減額」と回答した割合は6.1%であり「増額（15.2%）」と回答した割合よりも少ない。「見通しが立たない」と回答した割合は23.0%となっている。

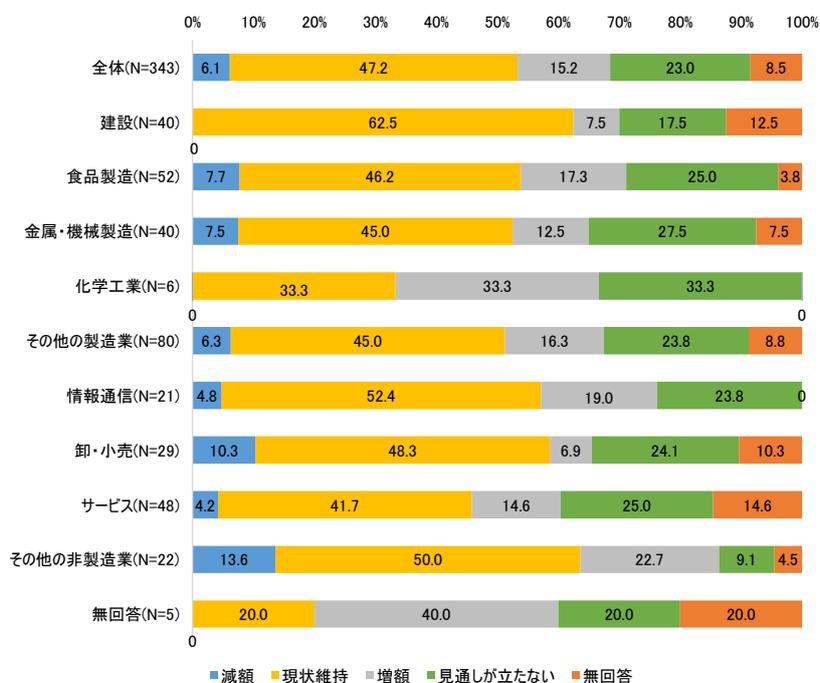
図表 研究開発予算の中長期的（5～10年）見通し



※設問について「該当しない」と回答した企業を除いて集計

業種別に全体との比較でみると、情報通信業では「増額」と回答した割合が多く、卸・小売業では「減額」と回答した企業の割合が多い傾向がみられる。

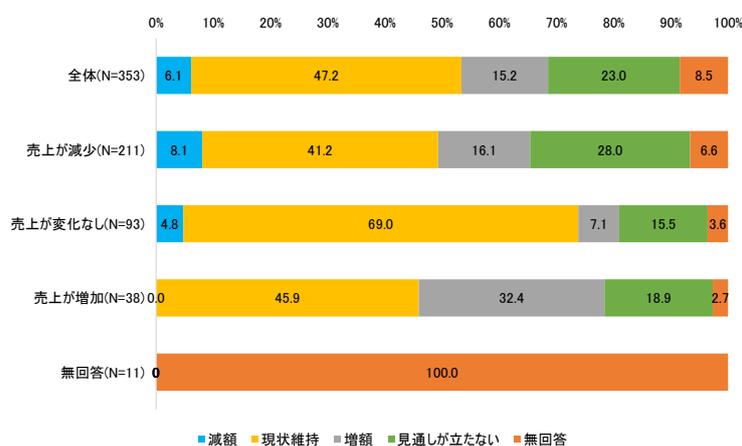
図表 研究開発予算の中長期的（5～10年）見通し（業種別）



コロナ禍の影響によるにより売上が減少した企業について、研究開発費の中長期的な見通しについてみると、「見通しがたたない」と回答した割合が28.0%あるものの「現状維持」が41.2%と最も多い。「減額」と回答した割合は8.1%であり「増額（16.1%）」と回答した割合よりも少ない。

これらの結果から、売上が減少した企業において研究開発予算の見通しがたたない企業が多い傾向にあるものの、全体としては将来的にも変わりなく研究開発に取り組む企業が多いと推察される。

図表 研究開発予算の中長期的（5～10年）見通し（コロナ禍による売上への影響別）

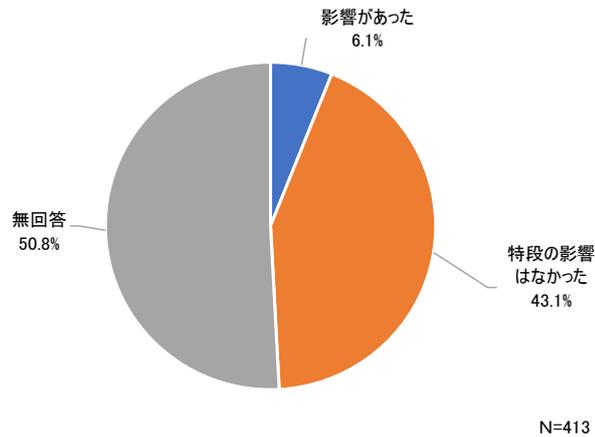


※売上が減少は「減少」と「やや減少」を、売上が増加は「増加」と「やや増加」を合算して集計。

②知的財産活動や知的財産戦略への影響

コロナ禍による知的財産活動や知的財産戦略への影響については、「影響があった」と回答した割合は6.1%となっている。

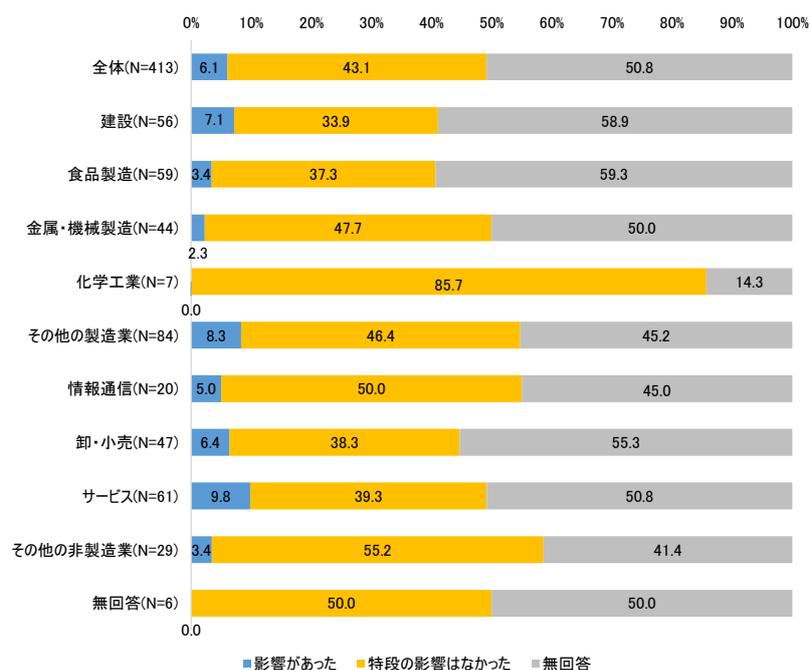
図表 知的財産活動や知的財産戦略への影響



※設問について「該当しない」と回答した企業を除いて集計

業種別に全体との比較でみると、「影響があった」とする回答割合は、食品製造業、金属・機械製造業において回答割合がやや低く、その他の製造業、サービス業で回答割合がやや高い傾向がみられる。

図表 知的財産活動や知的財産戦略への影響（業種別）



影響があった内容についてみると、業績不振による研究開発費の減少のほか、移動制限等による営業・プロモーション活動、情報収集活動、海外活動の停滞、活動自粛による実証実験等の遅れ、特許出願の見送り等の回答がみられた。

この結果から、コロナ禍が知的財産活動や知的財産戦略の大きな見直しが必要とされるほどの影響は僅少であったと推察される。

知的財産活動や知的財産戦略への影響の内容

知的財産の管理・活用度合い	自由回答の内容
知的財産経営を実践した上で、同業他社に比べて先進的な取組も出来ている	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自動車業界なので、緊急事態宣言や道内でコロナ感染が増えてくると外出が減る事で、当社への事故車、修理が減り、前年度比で売上が半分以下になっている日もある。そこで昨年見直しをし、安価な価格で車中泊できる装備を、今乗っている車両でできるよう設定し、ものづくり補助金を活用し、リフト、エアコンガスステーション、自動車故障診断機を購入した。まだ事業の実績報告書を作成中だが、来年度から当社を広く知ってもらうための戦略を早々に進め、売上アップに繋げていきたいと考えている。(その他の製造業) ・ 移動制限(現場技術指導・技術特許の PR・技術マッチングなど)の影響を受けた。当社の技術がメインのモデル住宅の完成が大幅に遅れた。(建設業) ・ 資金不足により活動を延期せざるを得なかった。(建設業) ・ 開発型ベンチャーで 2020 年 1 月にローンチング(新サービスを開始)したため前期売上げはなく、公的支援は何も受けられなかった。(情報通信業)
知的財産経営(知的財産によって競争力を確保・維持・強化する経営手法)を実践している	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社は和菓子、洋菓子を職人が製造し販売している企業で、コロナの影響により葬儀や結婚式などがほとんど無くなり、大きく売上高に影響している。(食品製造業) ・ 商社からメーカーへ会社のスタイルが変化した。これにより onlyone 技術の商品を持つことができ結果として引き合いが急増した。(卸・小売) ・ 売上減少による知的財産出額費用負担が大きくなるため、研究開発件数を減らし的を絞った。(その他の製造業) ・ 知的財産以前の問題、物が売れない、動かないので～世界中が不景気。国も各地域、自給自足に取り組んでこそと思う。コロナ終息を願うばかりである。(その他の製造業)
知的財産の管理や活用を意識して行っているが、知的財産経営までは意識していない	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在進行中の特許出願を準備中(春までに出願予定)。(その他の製造業) ・ システム改編の時期延長(変更) (卸・小売) ・ 研究開発費が無く、進まない。(その他の製造業) ・ 展示会等に行けなかったため、情報の収集が出来なかった。(建設業) ・ 海外活動は出来なかった。(食品製造業) ・ 本州の連携先とのコミュニケーション不足 (サービス業)

知的財産の 管理・活用度合い	自由回答の内容
知的財産の管理 や活用の重要性 は認識している が十分には出来 ていない	・ 新規出願(特許・国内外)を見送った。(サービス業)
	・ ボルタリグの設備の減少。(その他の製造業)
	・ 実証実験のため試験場を利用しようとしたが、感染拡大時期と重なったため実験を延期した。(サービス業)
	・ 当社の業績低下の為、研究開発費が減少した。(その他の非製造業)
	・ コロナ禍で、活動がなかなかスムーズに進んでいない。(建設業)
	・ 展示会、説明会の中止でお客様に直接説明する機会が少なく PR 不足となっている。(卸・小売)
	・ 全体的に活動停止状態にある。(サービス業)
	・ コロナ禍の影響で売上が下がったこともあり、知的財産を活かす融資が受けられなかった。(サービス業)
	・ 現在現場作業が多く、テレワークなどについていけない。(その他の製造業)
-	・ 資材の不足、元請の工期延期による納期のずれ込み等。(その他の製造業)
	・ 営業活動の自粛に伴う受注減。知的財産か不明であるが独自の施工方法(工事)の営業活動は相当制限され、大手メーカーに先を越される。(サービス業)
	・ 半導体不足の影響で資材調達が困難となった。(金属・機械製造業)

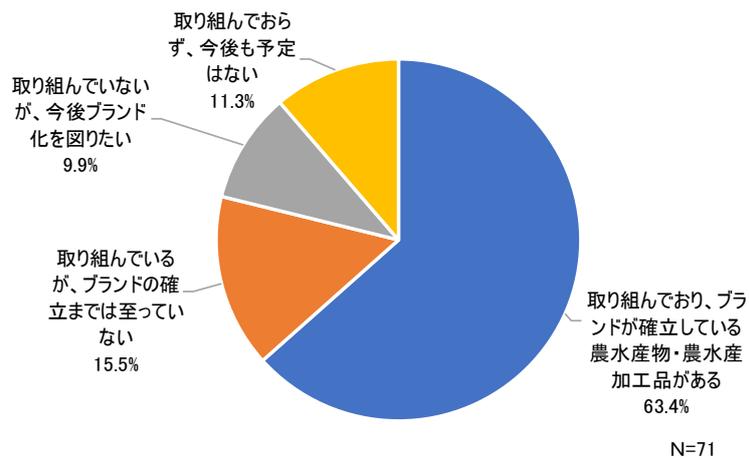
2. 3 農水産物等のブランド化に係る取組に関する調査の結果

(1) 農水産物等のブランド化に係る取組状況

①ブランド化に係る取組状況

「取り組んでおり、ブランドが確立している農水産物・農水産加工品がある」と回答した組合の割合が63.4%と最も多く、次いで「取り組んでいるがブランド化までは至っていない(15.5%)」、「取り組んでいないが、今後ブランド化を図りたい(9.9%)」、「取り組んでおらず、今後も予定はない(11.3%)」と続いている。

図表 ブランド化に係る取組状況



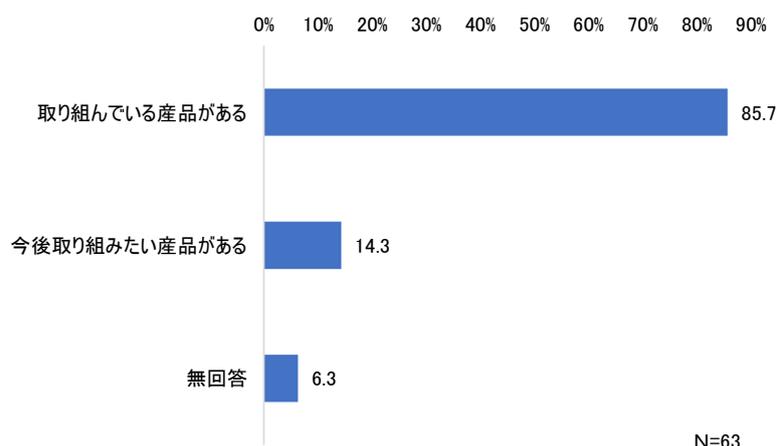
(ブランド化に取り組んでおらず、今後も予定がない理由)

- ・ 水産物は、自然条件で漁獲され、水揚量も年毎に左右されるので、ブランド化し難い。また、地名自体がある一定のブランドになっている面があるので。
- ・ 販売店舗もなく、組合員の意識も低いため。
- ・ 組合員の高齢化と不安定な漁獲量と遊漁者の船釣りによる釣り上げ。

②認知度向上に取り組んでいる製品

ブランド化に取り組んでいる、または取り組む意向がある組合について、ブランドとして認知度向上に取り組んでいる農水産物・加工品の品目は多岐にわたっているが、農産関連では米、ばれいしょ、長いも、メロン、牛肉等、水産関連では、さけ、さんま、かき、うに、こんぶ等、北海道が日本の主要産地となっている品目が多い傾向がみられる。

図表 ブランドとして認知度向上に取り組んでいる農水産物・加工品の有無



図表ブランドとして認知度向上に取り組んでいる・取り組みたい農水産物・加工品の内容（自由回答）

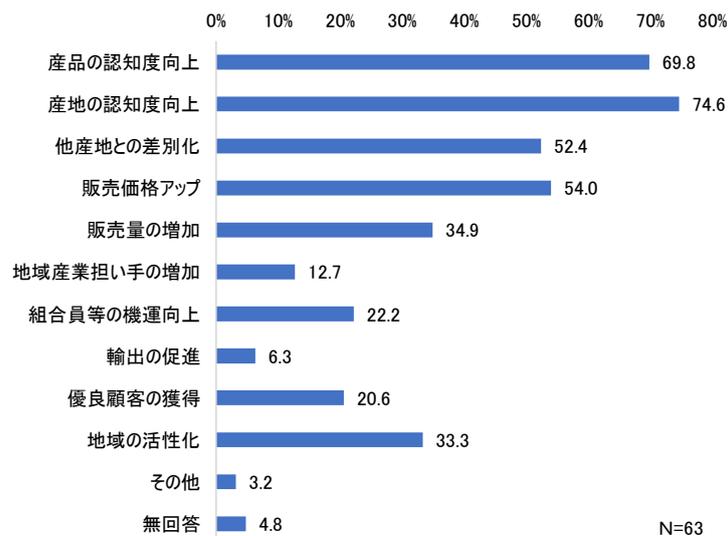
区分	農協	漁協
取り組んでいる製品	米(6件)／ばれいしょ(4件)／牛肉(4件)／長いも(3件)／トマト(3件)／すいか(3件)／メロン(3件)／かぼちゃ(2件)／長ねぎ(2件)／だいこん(2件)／日本酒(2件)／青果物(2件)／小豆／大豆／枝豆／そば／アスパラガス／ごぼう／にら／にんじん／さやいんげん／スイートコーン／ブロッコリー／たまねぎ／ゆりね／フルーツトマト／ミニトマト／ぶどう（シャインマスカット）花き／水／トマトジュース／牛乳／農産物	秋さけ(3件)／さけ(2件)／さけ加工品(2件)／かき(4件)／さんま(3件)／こんぶ(3件)／うに(3件)／ほたて(2件)／たこ(2件)／なまこ(2件)／北海しまえび(2件)／まぐろ／まつかわ／たら／ししゃも／ほっけ等一夜干し／ほっき／しじみ／ムール貝／もずく／银杏草／当地で水揚げされる水産物
今後取り組みたい製品	米／小豆／大正金時／かぼちゃ／ブロッコリー／ミニトマト／にんじんジュース／ラーメン／	うに(2件)／ほっけ／ほたて／こんぶ／魚介類全般／

※()内は、「取り組んでいる」、「取り組みたい」と回答した組合の件数

③ブランド化に取り組む目的

農水産物や農水産加工品のブランド化に取り組む目的についての回答割合をみると、様々な事項が目的としてあげられている。回答割合が50%を超えている事項は「産地の認知度向上（74.6%）」、「製品の認知度向上（69.8%）」、「販売価格アップ（54.0%）」、「他産地との差別化（52.4%）」となっている。

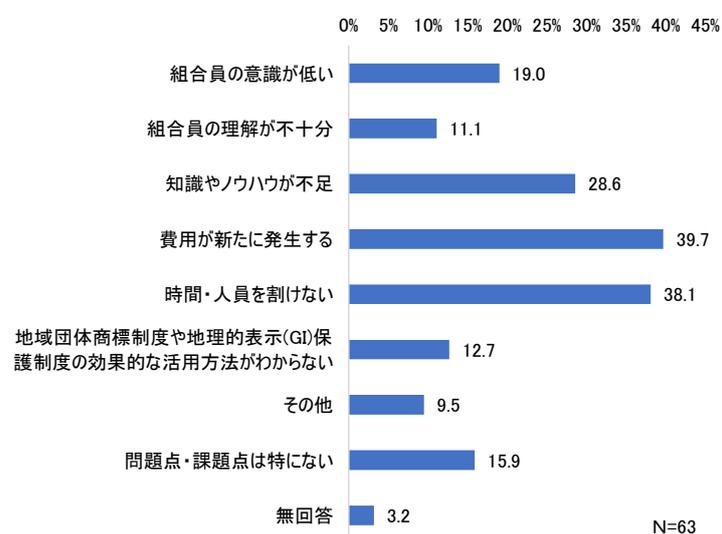
図表 ブランド化に取り組む目的



③ブランド化の推進に係る課題

ブランド化に係る取組を進めるうえでの課題については、「問題点・課題点は特にない」とする回答割合が15.9%にとどまっており、何等かの課題を抱える組合が多い。問題点・課題の内容をみると「費用が新たに発生する」と回答した割合が39.7%と最も多く、次いで、「時間・人員を割けない」が38.1%、「知識やノウハウが不足」が28.6%と続いている。

図表 ブランド化に係る取組を進めるうえでの課題



ブランド化に係る取組度合い別に全体との比較でみると、取り組んでいないが今後ブランド化を図りたい組合では、「知識やノウハウが不足（71.4%）」、「組合員の意識が低い（42.9%）」を課題とする回答割合が多い傾向がみられる。また、取り組んでいるがブランド化までは至っていない組合では、「費用が新たに発生する（54.5%）」、「時間・人員を割けない（54.5%）」に加え「地域団体商標制度や地理的表示(GI)保護制度の効果的な活用方法がわからない（27.3%）」を課題とする回答割合も比較的多い。

図表 ブランド化に係る取組を進めるうえでの課題（ブランド化に係る取組度合い別）

	合計	組合員の意識が低い	組合員の理解が不十分	知識やノウハウが不足	費用が新たに発生する	時間・人員を割けない	地域団体商標制度や地理的表示(GI)保護制度の効果的な活用方法がわからない	その他	問題点・課題点は特になし	無回答
全体(N=63)	100	19.0	11.1	28.6	39.7	38.1	12.7	9.5	15.9	3.2
ブランドが確立している農水産物・農水産加工品がある(N=45)	100	15.6	8.9	24.4	37.8	33.3	6.7	11.1	20	4.4
取り組んでいるが、ブランドの確立までは至っていない(N=11)	100	18.2	18.2	18.2	54.5	54.5	27.3	9.1	9.1	-
取り組んでいないが、今後ブランド化を図りたい(N=7)	100	42.9	14.3	71.4	28.6	42.9	28.6	-	-	-

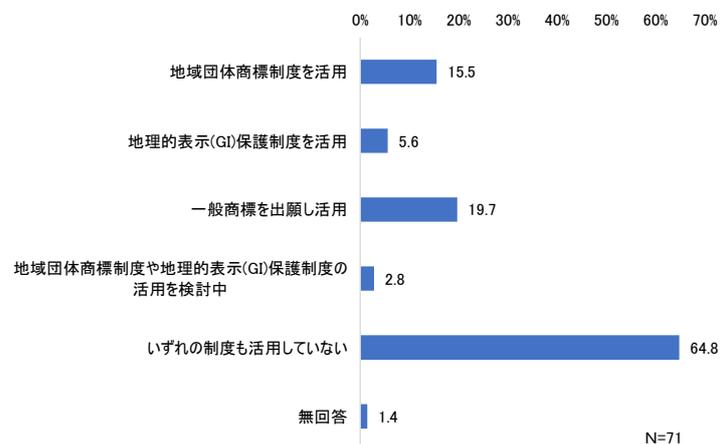
（２）制度活用に係る取組

①制度活用に係る取組状況

ブランドの保護に係る制度活用の状況をみると、「いずれの制度も活用していない」と回答した割合が64.8%となっており、次いで「一般商標を出願し活用」と回答した割合が19.7%、「地域団体商標制度を活用」が15.5%、「地理的表示(GI)保護制度を活用」が5.6%と続いている。

この結果から、ブランド化に取り組む組合は多いものの、制度活用に取り組む組合が多くないことが示唆される。

図表 制度活用に係る取組状況

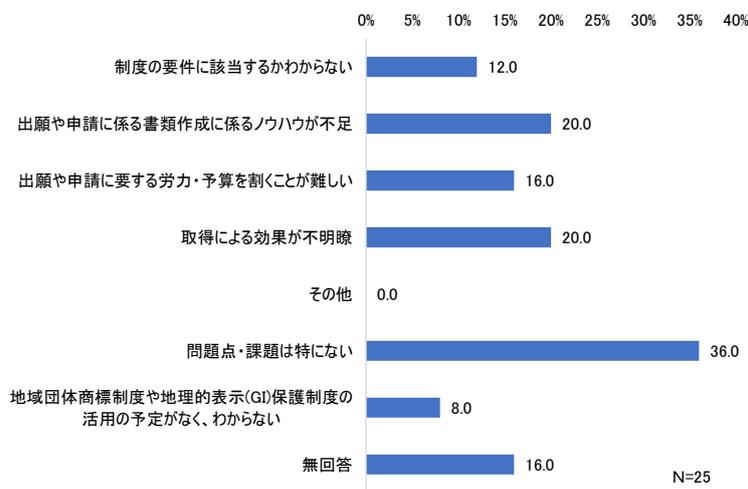


②地域団体商標制度や地理的表示（GI）保護制度の活用に係る課題

何等かの制度を活用している、または地域団体商標制度や地理的表示（GI）保護制度の活用を検討している組合における地域団体商標制度や地理的表示（GI）保護制度の活用の活用に係る課題をみると、「出願や申請に係る書類作成に係るノウハウが不足」、「取得による効果が不明瞭」と回答した割合が20.0%と多く、次いで「出願や申請に要する労力・予算を割くことが難しい」が16.0%、「制度の要件に該当するかわからない」が12.0%となっている。

この結果から、制度の普及に向けては、戦略的な制度活用のノウハウや事例の提供、申請に係るノウハウ提供や相談対応の充実が重要と示唆される。

図表 地域団体商標制度や地理的表示（GI）保護制度の活用に係る課題

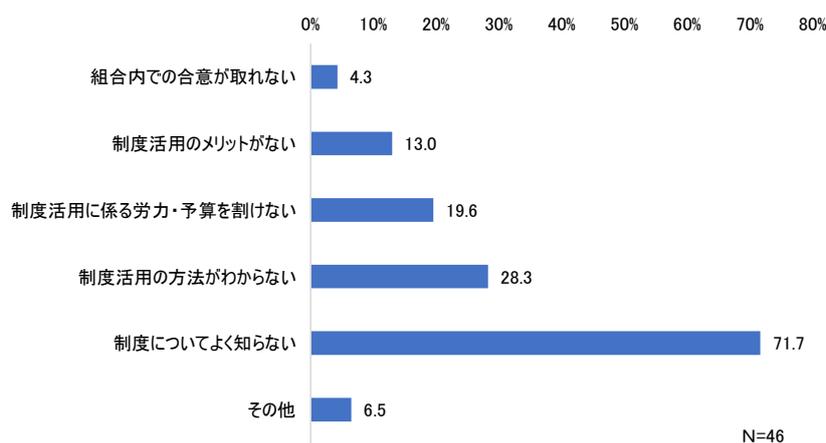


③制度を活用していない理由

ブランドの保護に係る制度活用をしていない組合について、制度を活用していない理由についてみると、「制度についてよく知らない」と回答した割合が71.7%と最も多く、次いで「制度活用の方法がわからない」が28.3%となっている。

この結果から、制度活用のすそ野を広げるためには、制度に係る基礎的な知識の普及を図ることが重要であることが示唆される。

図表 制度を活用していない理由



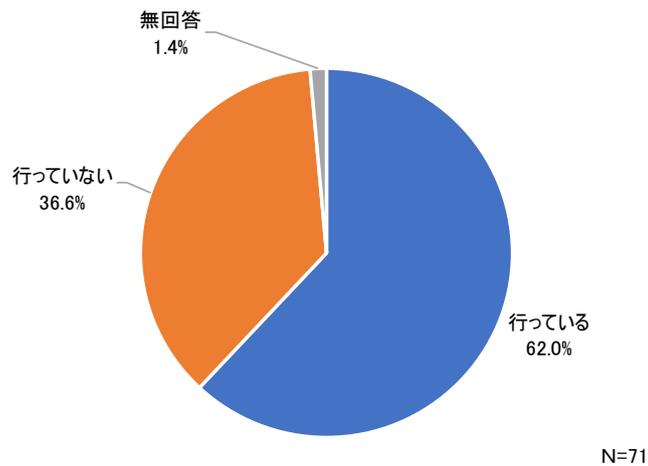
(3) ブランド化に向けた情報発信に係る取組

①映像やパンフレット等のコンテンツによる情報発信に係る状況

農水産物や農水産加工品のブランド化に向けたコンテンツによる情報発信に係る取組についてみると、「行っている」と回答した割合が62.0%となっている。

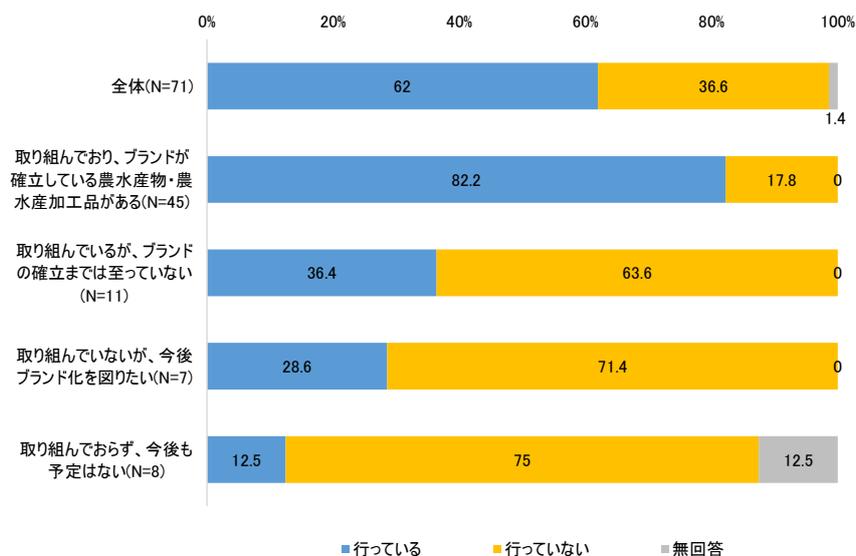
ブランド化に係る取組度合い別にみると、取組度合いが高いほど、コンテンツを使用した情報発信に取組む組合の割合が多い傾向がみられる。

図表 映像やパンフレット等のコンテンツによる情報発信の取組の有無



図表 映像やパンフレット等のコンテンツによる情報発信の取組の有無

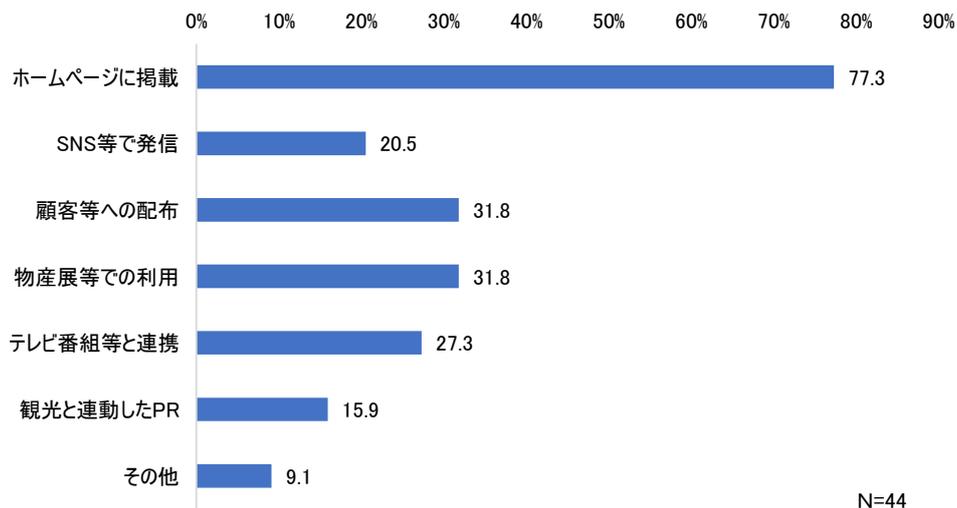
(ブランド化に係る取組度合い別)



コンテンツを使用した情報発信の内容をみると、「ホームページに掲載」と回答した割合が77.3%と高い一方、「SNS等で発信」は20.5%に留まっている。

この結果から、ブランド化に向けてコンテンツを制作する組合は多いものの、コンテンツを使用したWeb等による積極的な情報発信は進んでいないと推察される。

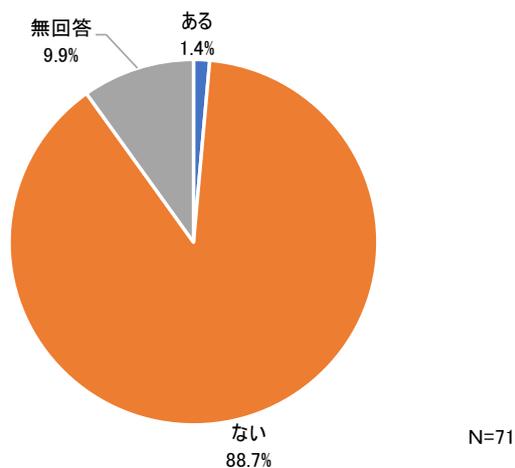
図表 映像やパンフレット等のコンテンツの活用方法



②国内外でのコンテンツの使用に係る知的財産に係る問題の発生の有無

コンテンツの知的財産に関連した問題の発生についてみると、「ある」と回答した割合は1.4% (1件) となっている。

図表 コンテンツの使用許諾や著作権等の知的財産に関連した問題の発生の有無



(発生した問題の内容)

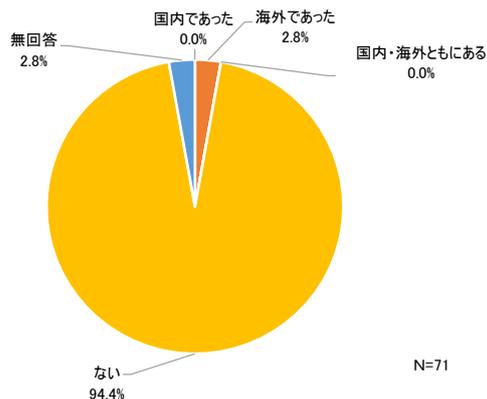
- ・ 中国が商標制度を申請していた。(農協)

(4) 模倣被害の状況と対応策

①模倣被害（模倣品の流通・商標の先取り出願等）の有無と対応

模倣品の流通や商標の先取り出願等の模倣被害の発生については、「国内であった」との回答はなく、「海外であった」と回答した割合が2.8%（2件）となっている。

図表 模倣被害の有無



図表 模倣被害について知的財産に係る支援機関への相談の有無

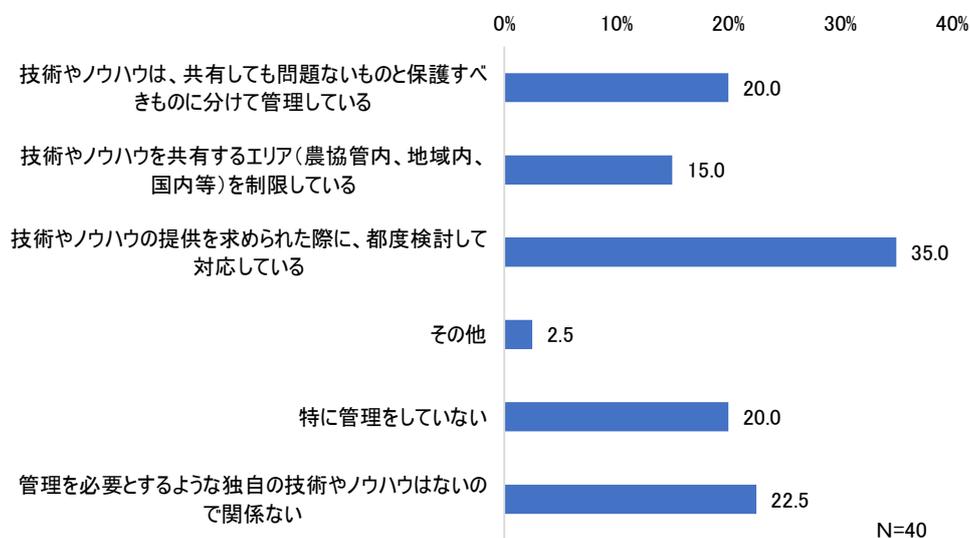
カテゴリ	件数	構成比 (全体)%	構成比 (無回答除く)%
相談した	1	50.0	50.0
相談しなかった	1	50.0	50.0
N (%ベース)	2	100.0	2

(5) 農業生産における種苗や技術・ノウハウの管理

①農協が保有する独自技術・ノウハウの管理方法

農業生産に係る農協が保有する独自技術やノウハウの管理方法についてみると、「技術やノウハウの提供を求められた際に、都度検討して対応している」と回答した割合が35.0%、次いで「技術やノウハウは、共有しても問題ないものと保護すべきものに分けて管理している」が20.0%、「技術やノウハウを共有するエリア（農協管内、地域内、国内等）を制限している」が15.0%となっている。また、「特に管理していない」と回答した割合が20.0%となっている。

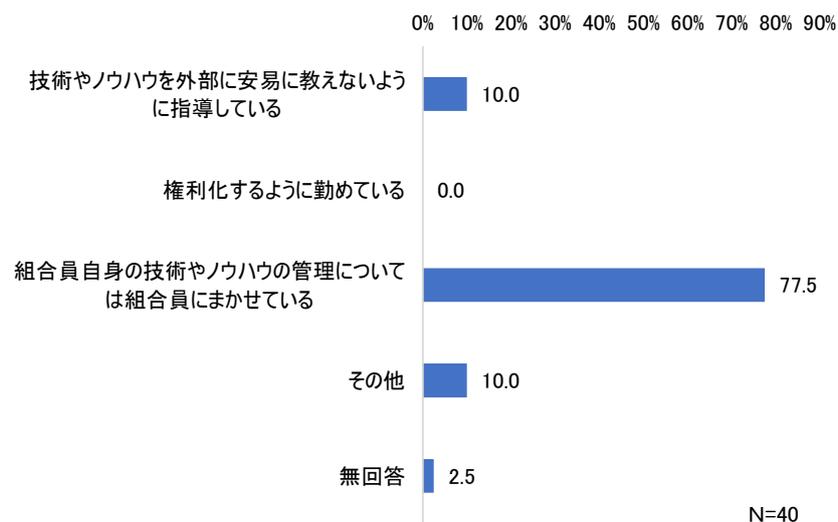
図表 農業生産に係る農協独自の技術・ノウハウの管理方法



②組合員が保有する独自技術・ノウハウの管理への関わり

組合員が保有する独自技術やノウハウの管理への農協の関わりについては、「組合員自身の技術やノウハウの管理については組合員にまかせている」と回答した割合が77.5%を占めており、「技術やノウハウを外部に安易に教えないように指導している」と回答した割合は10.0%にとどまっている。

図表 組合員が保有する独自の技術・ノウハウの管理への農協の関わり



③種苗法改正に伴う種苗の利活用や管理等で懸念される課題

種苗法改正にともなう種苗の利活用や管理等に係る課題について回答した農協は少ないが、回答内容をみると、許諾について徹底（種苗を自家増殖している生産者を把握していない）、農協管理外の生産者による無許諾増殖、悪質な業者等の介在、圃場から無断での抜き取りによる種苗の増殖等を懸念する意見がみられる。

図表 種苗法改正に伴う種苗の利活用や管理等で懸念される課題（自由回答）

- ・ 確認作業等による業務量増。
- ・ 水稻種子など自家増殖している生産者もいるため、許諾について徹底されるか懸念される（自家増殖している生産者が把握できない）。
- ・ JA 管理外の無許諾増殖の混入。
- ・ 改正内容の周知徹底。JA を介さず悪質な仲介業者等が、直接農業者等に持ち出しを打診し、外へ出してしまう危険性があるのではないかと懸念される。優良な系統であれば、圃場から抜き取られる危険性もある。
- ・ 青果物を種苗に使用することで、登録品種が栽培される事が可能になってしまう。
- ・ 良いことと思うが、耕作者は減少すると思う。
- ・ 自家採取をしないため特に問題ない。
- ・ 現在での課題は想定できない。

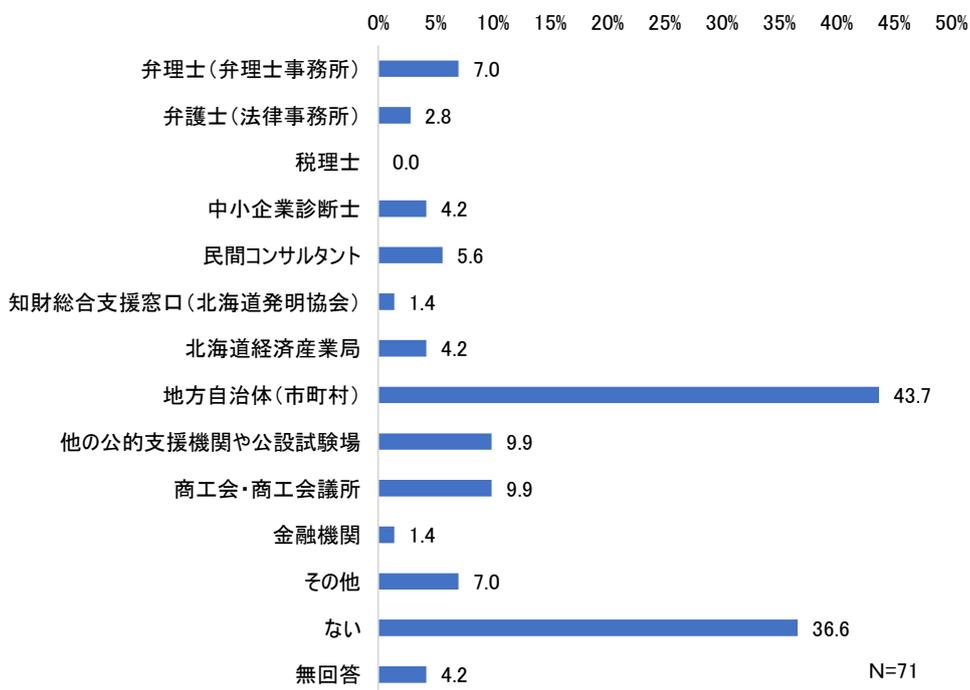
(6) 農水産物・農水産加工品のブランド化に係る公的支援の活用状況と要望等

①ブランド化に係る相談相手

ブランド化に係る相談相手については、「地方自治体(市町村)」が43.7%と突出して多く、次いで、「他の公的支援機関や公設試験場」と「商工会・商工会議所」が9.9%、「弁理士」が7.0%と続いている。

一方、「ない」と回答した割合は36.6%であり、ブランドが確立している農水産物や農水産加工品がある組合についても33.3%が「ない」と回答している。

図表 ブランド化に係る相談相手



図表 ブランド化に係る相談相手(ブランド化の取組度合い別)

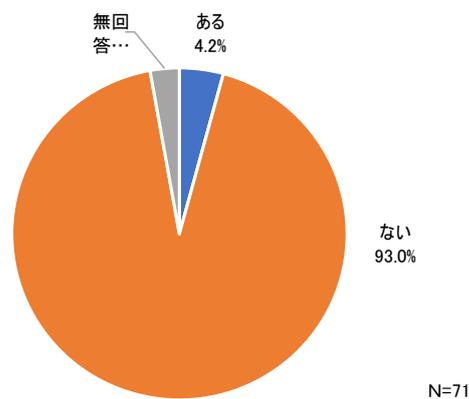
	合計	弁理士 (弁理士事務所)	弁護士 (法律事務所)	税理士	中小企業 診断士	民間コン サルタント	知財総合 支援窓口 (北海道 発明協 会)	北海道経 済産業局	地方自治 体(市町 村)	他の公的 支援機関 や公設試 験場	商工会・ 商工会議 所	金融機関	その他	ない	無回答
全体(N=71)	100	7.0	2.8	-	4.2	5.6	1.4	4.2	43.7	9.9	9.9	1.4	7	36.6	4.2
取り組んでおり、ブランドが確立している農水産物・農水産加工品がある(N=45)	100	11.1	4.4	-	4.4	6.7	-	6.7	44.4	6.7	11.1	2.2	11.1	33.3	2.2
取り組んでいるが、ブランドの確立までは至っていない(N=11)	100	-	-	-	9.1	-	9.1	-	63.6	36.4	9.1	-	-	18.2	-
取り組んでいないが、今後ブランド化を図りたい(N=7)	100	-	-	-	-	14.3	-	-	42.9	-	14.3	-	-	42.9	14.3
取り組んでおらず、今後も予定はない(N=8)	100	-	-	-	-	-	-	-	12.5	-	-	-	-	75.0	12.5

②知財総合支援窓口の利用・相談経験

知財総合支援窓口の利用・相談経験についてみると、「ある」と回答した割合は4.2%であり、93.0%が「ない」と回答している。

農協・漁協において知財総合支援窓口の認知度が低いと推察され、農協・漁協のブランド化に係る情報が集まる傾向にある市町村等とも連携した認知度向上を図ることが重要であることが示唆される。

図表 知財総合支援窓口の利用・相談経験



③ブランド化の取組の推進に向けた公的支援の要望等

ブランド化に向けた取組における公的支援の要望等については、ブランド化に係る機関によるアドバイスや内部職員の人材育成、ブランドのPR等の情報発信、助成金等の資金面等の支援を求める意見がみられる。また、ブランド化をしているものの知的財産保護の取組が遅れているとの意見もみられた。

図表 ブランド化の取組の推進に向けた公的支援の要望等（自由回答）

ブランドに係る取組度合い	回答内容
ブランドが確立している農水産物・加工品がある	・ 後継者不足。ブランドを維持できない。(農協)
	・ 地元自治体にて地元農水産物を認定方式でブランド化しており、一部これを窓口として展開している。これとは別に、知的財産保護に関しては全く進んでいない。(漁協)
	・ ブランド化に精通した関係機関・外部からの助言・支援、内部に於ける専任職員の教育、職員全体の意識改革（担当課/担当者だけの取組みであれば空回りになってしまう)。(農協)
	・ 情報発信。(農協)
	・ ブランド商品をより良くPRできる広告事業等の拡大。地域産物直送市など、各地方へ出向いて農水物のPR。または、イオンなど大手スーパーと協力し、地域特産物産展の展開など。(漁協)
	・ デザインや資材の費用がかなりかかるため、その費用補助を検討してほしい。(漁協)

	<ul style="list-style-type: none"> • 助成金等、作る人が増え販売量が増え、市場に対して価格交渉しやすい。(農協)
	<ul style="list-style-type: none"> • 各種施設整備（改修含む）に係る公的支援。(農協)
	<ul style="list-style-type: none"> • 何かあれば相談する。(農協)
<p>取組んでいないが今後ブランド化を図りたい</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 国消国産の推進。ミシュランのような厳しい基準認定を採用した統一ブランド制度(ブランド名称例:Only brand「The Japan」)の創設。(農協)

参考資料 3

企業・構成機関ヒアリング結果

(1) 企業ヒアリング結果

① ヒアリング概要

【ヒアリング対象】

北海道内において事業を行っている中小・ベンチャー企業等、および農協・漁協を対象に実施したアンケート調査結果等から対象事業者を抽出し、知的財産活動の現状や課題、支援ニーズを把握するため、ヒアリング調査を行った。

【調査項目】

- ・ 知的財産活動の状況（知財に関する考え方・方針・経営における位置づけ、出願・権利化の考え方、連携状況、推進体制、など）
- ・ 知財活動に関する課題
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大による影響
- ・ 知的財産に関する支援策の活用状況、支援ニーズ

【ヒアリング実施事業者】 計30事業者（企業26社 農協：2団体 漁協：2団体）

業種	件数
建設	3件
製造業（食品・バイオ）	8件
製造業（非食品）	6件
情報サービス・コンテンツ	2件
その他	1件
スタートアップ	6件
農漁協等	4件
合計	30件

【ヒアリング実施期間】

令和3年11月～令和4年2月

②ヒアリング結果

企業・農漁協へのヒアリング結果の概要は下記の通り。

ア) 知財経営に関する考え方、知財活動の方針・経営における位置づけ等

○セミナーへの参加や公設試験研究機関との共同研究が知財活動を始めるきっかけになっている企業がある

- ・スタートアップに関するセミナーへの参加をきっかけに知財活動の重要性に気付いた。その後獲得した公的支援制度を活用し出願を検討する技術と営業秘密として保護する技術を整理している。(スタートアップ)
- ・地元の公設試験研究機関との共同研究をきっかけに特許の出願・登録を行うことになり、知財活動の重要性に気付くこととなった。(製造業(非食品))

○特許の出願・登録や知財戦略の構築が顧客の信頼度の向上や、補助金の獲得・民間投資の促進に寄与すると考える企業がある

- ・当社は開発商品の多くがOEMであるが、B to Bのビジネスにおいては、特許出願・登録している件数が多い方が顧客からの信頼を獲得しやすい。(製造業(食品・バイオ))
- ・特許の出願を意識した商品開発を行うとともに、商標や意匠の出願も積極的に進めるようになった。このことにより、業界内での注目も集めるようになった。(製造業(非食品))
- ・当社の場合、研究開発補助金や委託事業の獲得、民間企業からの投資促進のために、知財戦略を構築し適切な知財活動が必要と認識している。(スタートアップ)

○一方で知財に関する情報が少なく経営に組み入れられていない企業も存在している

- ・自社技術やノウハウなどを営業秘密としての管理体制が整ったのは最近であり、創業当初は徹底できていなかった。(スタートアップ)
- ・当社の業界は、類似商品がよく出回るが特にクレームも入れることもなく、知財による対応もこれまで検討したことがない。技術と味には自信があるのでモノは負けないと考えている。(製造業(食品・バイオ))

イ) 知的財産の権利化に向けた出願、営業秘密保護に関する考え方

○権利化を前提に出願の方針を設けている企業が目立っている

- ・食品製造業の分野では保有技術が特許に馴染まないと言われているが、大手食品メーカーが特許を出願する理由のひとつとして、他社に対する「牽制」がある。当社においても、獲得できそうな技術であれば積極的に出願する方針であり、研究開発も積極的に行うとともに、社内に報奨制度も設けている。(製造業(食品・バイオ))
- ・当社の場合、商品について説明・訴求が求められるものについては、特許を出願する方針としている。この時の目的は特許権の獲得により「商品を守る」というより、「機能性のエビデンス」に代わるものとしての活用となる。(製造業(食品・バイオ))
- ・知財戦略は経営の重要な部分を構成しており、開発した技術やすべて出願することを原則としている。なお一つの製品において長期的に守ることができるよう、開発後も研究を続けて「製法」「物質」「用途」の観点から特許出願を行うことを基本方針としている。(製造業)

(食品・バイオ)

- ・権利化できそうな技術は特許出願している。出願中の特許であってもパンフレットに記載し、自社や自社製品の信頼性を高めている。 (製造業 (非食品))
- ・当社ではブランド戦略の一環として商標の出願を行っている。 (製造業 (食品・バイオ))

○また市場の拡大等を目指すために、オープンな戦略をとる企業や権利化以外の手法で商品の保護を実施する企業がある

- ・当社の業界はまだ市場が拡大していないことから、開発技術は基本的にオープンにし、この分野への民間参入を促進することによる市場拡大を目指している (獲得した特許もライセンス供与する方針)。ただしこうした基本思想はあるものの、まだ会社として明確な知財経営の方針が固まっていない。 (スタートアップ)
- ・最近開発を進めている技術は、ユーザーに広く活用させて市場の拡大を図ることを優先し、商標の登録で対応する考え。 (製造業 (非食品))
- ・植物は権利化により保護しがたい特性があるため、(権利化よりも) 管理を重視している。 (その他)

○営業秘密の管理が徹底できている企業がある一方で、問題・課題を抱える企業が目立っている

- ・営業秘密 (レシピ等) も社内で厳重に管理されている。 (製造業 (食品・バイオ))
- ・当社の場合、公示されている特許情報だけで同じものを再現することは困難であり、再現に必要な部分は営業秘密として保護している。また、当社の商品の多くは、販売先であるメーカーの原料として提供するものであり、サンプルを提供する段階から秘密保持契約等を締結している。 (製造業 (食品・バイオ))
- ・ベンチャー企業にとって無形資産の重要性は高く、秘密にするものと特許出願して公開するものの見極めなど「隠しながらオープンにしていく」戦略が必要だが、このような戦略を具体化できる人材が見当たらない (製造業 (非食品))
- ・当社では営業秘密にかかる技術情報はしっかり管理されているとはいえない状況である。(スタートアップ)
- ・付き合いが長い小売店から、製法や原材料などの開示が求められることがある。これは営業秘密として保護しているものであるが、相手との信頼関係のもとに契約を締結せずに一部開示することがある (製造業 (食品・バイオ))
- ・業界紙に今後の新商品開発の話を取りあげてもらったところ、自社が商品化する前にそのままそっくり他社にアイデアが持っていかれたことがある。 (製造業 (食品・バイオ))

ウ) 知財活動の推進体制

○知財の担当者を設置している企業では、開発技術に関する出願の判断や出願に当たっての書類の作成まである程度社内で実施できる体制にある。

- ・2名の知財担当者を社内に配置しており、開発した商品・技術の特許出願の判断は知財担当が行い、役員が最終決定する。出願にあたっては弁理士に最後の作業をお願いしている。知財活動については、知財担当以外の研究開発スタッフにも参画させる必要があると考えており、トレーニングも兼ねて先行技術調査や出願書類の下書きなどを任せている。 (製造業 (食品・バイオ))

- ・特許出願に当たっての基本知識は社内のエンジニアが有しており、先行技術調査や明細書作成までは対応可能。出願に当たっての書類づくりの仕上げは弁理士にお願いしている。（スタートアップ）
- ・かつては商標出願の際、事前の登録状況のリサーチなども弁理士に依頼していたが、現在はインターネットで検索できる環境が整っていることから、自社で対応するようになった。（情報サービス・コンテンツ）
- ・特許、商標の出願に関する事務作業は総務部が担当しているが、出願に向けた判断は商品企画部と製造企画部が行い、最終判断は社長となる。（製造業（食品・バイオ））
- ・自社では特許性が高いと思われる技術を弁理士に持ち込み、弁理士が先行技術調査などリサーチ結果をもとに権利化できそうか判断する。請求項などは弁理士に書いてもらっている（情報サービス・コンテンツ）。

○知財の推進体制を自力で構築していった企業、専門家の力を借りながら整えていった企業などが存在する。

- ・設立当初は知財活動が全くできていなかったが、失敗を繰り返しながら、同業者にもいろいろ教えていただきながら自社の体制を構築した（製造業（食品・バイオ））
- ・設立当初は社長が実質的な担当者であったが、その後弁護士や弁理士など専門家の力も借りながら知財経営の体制づくりを進めてきた。現在は知財担当者も設置している。（情報サービス・コンテンツ）

○知財の社員教育はOJTが原則としつつ、セミナーや研修などへの参加させている企業がある一方で、社内での勉強会の実施に課題を有する企業もある。

- ・知財の研修についてはOJTを原則とするが、オンラインセミナーにも会社として積極的な参加を促している。（製造業（食品・バイオ））
- ・知財については原則OJTにより業務の一環の中で身に付けてもらうのが基本。（製造業（食品・バイオ））
- ・社員にも知財経営に関する教育を行っており。特に著作権に関する知識習得に向けたオンラインセミナーは積極的に参加させている（情報サービス・コンテンツ）
- ・知財について社内勉強会を開きたいと考えているが、知財担当者は兼務ということもあり、準備に時間を割くことが難しい。（製造業（非食品））

○社内に知財担当を兼務で配置している企業では、知識・ノウハウが個人に集中し、社内全体への知財活動の浸透に課題を抱えているところもある

- ・社内で知財に関する専門のセクションはなく、知財に精通した個人が担当している状況であり、組織としての対応がまだ出来ていない。（製造業（食品・バイオ））
- ・各担当者が必要に応じて知財の対応を行っていることから、担当者の業務が多忙になると知財の対応にも影響が出てくる。（情報サービス・コンテンツ）。
- ・2名兼務で知財担当社員を配置しているが、経営層でも知財に疎い役員もいるのが実態であり知財経営が実施できる状態ではない。（製造業（非食品））
- ・知財活動の意義・重要性は幹部クラスはある程度認識しているが、社員全体までには行き届いて

いない。知財活動によりどのような効果・メリットが得られるのか社内の理解を深める必要がある。（製造業（食品・バイオ））

エ）大学や試験研究機関、企業等との技術連携

○大学等との共同研究を積極的に行っている企業では、特許出願に当たっての方針を明確にしている

- ・大学や公設試験研究機関との共同研究を通じて獲得した特許については、当社が大学や研究機関の持分の権利を原則買取ることにしている。（製造業（食品・バイオ））
- ・大学との共同研究の場合、大学と特許出願契約を締結し共同出願の形をとっている。この時の費用は当社が負担し、持ち分を半々にするものの大学は不実施となるため研究室にロイヤリティを支払っている。（製造業（食品・バイオ））

○業種を問わず知的財産のライセンスにも積極的な企業が存在している。なお自社の技術力が認められて開放特許のライセンスにつながった企業もある

- ・資本業務提携を通じた技術連携により新商品開発を目指しているが、相手企業が当社の技術を活用した商品を販売する時に、当社のノウハウと著作権をライセンス料として徴収するビジネスを目指している。（スタートアップ）
- ・自社の方針を明確にし、相手が収益事業を展開するときには当社の著作権を活かしたライセンスビジネスを海外でも展開している。このための契約書も当社で整備している。（情報サービス・コンテンツ）
- ・ライセンスに当たっては基本特許については非独占での実施権契約、共同開発から発生した特許については、独占の実施権契約を想定している（スタートアップ）
- ・大企業の開放特許を活用した技術開発にも取り組んでいる。大企業の技術の活用は、その企業のネームバリューも活かすことができるのでメリットがある。（製造業（非食品））
- ・当社が保有する特許を活かしたB to Cのビジネスを展開するうちに当社の技術が知られるようになったことから、開放特許の売り込みが当社にあり、ライセンスを受け商品開発を行った実績がある。（製造業（食品・バイオ））

○一方で、知財に係る契約においては「相手先企業の契約書のチェックが行き届かない」「契約に関する知識が乏しい」「契約そのもの行き届かない」など様々な問題が発生している。

- ・知財活動に積極的に取組むようになる前は、企業間で締結する契約書において自社の技術やノウハウを保護していたが、過去このような契約を締結した企業との今後の関係についてどのように対処したらよいか分からない。（スタートアップ）
- ・OEM供給や企業との共同研究では契約が重要であることを認識しているものの、契約に関するチェックが行き届かない。顧客が大企業の場合、相手企業が用意したひな形が契約書のベースになるが、専門家のチェックを受けるにも費用がかかるため相手を信頼して契約しているのが現状。（その他）
- ・企業や公設試験研究機関等の特許や技術等の活用による商品開発を行うときの契約に関する知識が乏しく、特に相手側に支払うライセンス料を決定するのが難しい。（製造業（食品・バ

イオ))

- ・他社向けのOEMも手掛けているが、相手企業と秘密保持契約を締結することはなく信頼関係の中でレシピを一部開示することもある。また自社商品の販売先からレシピの開示が求められることが時々ある。(製造業(食品・バイオ))
- ・当社はOEMの商品の割合が多く、相手企業とは必ず秘密保持契約を締結している。この場合、当社のひな形を使うことが多い。(製造業(食品・バイオ))

オ) デザイン・ブランド戦略

○商品のブランド化を目的にGIや地域団体商標の出願・登録が行われているが、出願のハードルが高いことや参加メンバーの確保などが課題となっている。

- ・当組合では、商品のブランド力向上による価格安定化を主目的に地域団体商標を登録。地域団体商標登録により価格も比較的高値で安定するようになっている。(農協)
- ・商標登録しても模倣された場合、訴訟等を自分たちで行うのは現実的に厳しいことから、国にブランドを守ってもらえる制度であるGIに関心をもった。(漁協)
- ・地域団体商標やGIの出願は、客観データが必要であり専門的知見を有する機関のサポートが必要不可欠(農協・漁協)
- ・地理的表示(GI)保護制度のメリットが十分伝わっていないことなどから、小規模の事業者のメンバー拡大につながっていない。(製造業(食品・バイオ))

○自社および自社商品のブランド化に向け商標の出願・登録が有効と判断されている

- ・当社はOEMの商品と自社ブランド商品の両方を生産しているが、自社ブランド商品については商標の出願・登録によりブランド化を図っている。(製造業(食品・バイオ))
- ・デザイン性の高いロゴを商標登録することで、模倣防止とともに商品の見栄えもよくなりブランド力の向上に大きく貢献したと考えている。(漁協)
- ・当社が登録している商標は会社のロゴマークやマスコットキャラクターなどであり、企画段階から出願を検討している。またマスコットキャラクターはキャラクター名称とあわせてデザインでも商標を取得するようにしている。(情報サービス・コンテンツ)

○一方で、ブランド化に向けた商標の活用方法や業界の慣行に課題を有する企業も存在する。

- ・ブランド化に商標の出願・登録が有効というのは漠然と理解しているが、商品名やロゴなど具体的に何を権利化するとよいか理解できていない(製造業(食品・バイオ))
- ・当社ではブランド戦略の構築が今後の課題。商標とブランド化をどう結び付けたらよいか分からない。(製造業(食品・バイオ))
- ・当社の商品を侵害しているまでは至っていないものの、登録している商標に類似する商品があり、このような事例は業界では比較的多い(製造業(食品・バイオ))

カ) 経済のグローバル化に対応した知財活動

○輸出ビジネスにおいて必要とされる知財活動を進めている企業がある一方で、海外での知財活動に関する情報が欠如していたり、そもそも知財活動が不十分な状態で海外進出している企業も存在している。

- ・海外での事業を見据え、PCT出願も行った。事業を展開する現地パートナーが見つかるまでに権利を取得しておきたい考えがある（スタートアップ）
- ・取引先である商社から進められて、いくつかの国で商標出願を行ったが、輸出の実績があっても商標出願していない国がいくつかある。自社商品は模倣が難しいと認識しており、輸出している商品の商標出願の必要性はあまり感じていない。（製造業（食品・バイオ））
- ・輸出にも関心を持っているが、相手先国における知財面のリスクや対処方法、適切な契約方法が分からない。（漁協）

○冒認商標の被害にあった企業が存在する

- ・海外では冒認商標の問題が常にある。中国でかつて自社の商品を商標出願され、買取価格として数千万円要求されたことがある。（製造業（食品・バイオ））

キ) 新型コロナウイルスによる影響

○新型コロナウイルスの影響を受け研究開発が縮小した企業がある

- ・当社の商品は外食産業向けが多く、新型コロナの影響による受注減への対応から研究開発はやや縮小となった。（製造業（食品・バイオ））

○一方で、環境変化に対応し研究開発が活発になった企業がある

- ・コロナ禍を契機に混雑状況を緩和するための技術開発を依頼されたりコールセンターの接遇向上に向けた問い合わせが増えたり自社のビジネス機会は拡大し、研究開発も積極的に行うようになった。（スタートアップ）
- ・業務用から消費者向けの商品の開発の強化やアウトドア市場へ進出するにあたり、研究開発投資が増加した。（製造業（食品・バイオ））

○オンラインによる商談が企業の間で一般的になったが、オンラインのミーティングだと濃密な打ち合わせがしにくいという問題も生じている。

- ・新型コロナウイルスの影響により、オンラインによるミーティングが当たり前になったが、事務的なミーティングを行うには合理的であるものの、濃密な打ち合わせがしにくいのが課題。（製造業（食品・バイオ））
- ・リモートによる商談が増えたが、リモートの場合は試作品を事前に先方に送って商談する必要があるため開発のスケジュールを前倒しにする必要が生じたが、むしろ対応が早まるということによりよいことと認識している。（製造業（非食品））

ク) 支援策に関する評価、要望等

○知財に関する支援窓口や支援メニューに関する情報が北海道内の中小企業・団体等に行き届いておらず、認知度向上に向けた取組が必要

- ・北海道発明協会のチラシを見たことから発明協会に知財に関する相談するようになった。専門家の派遣制度もあり、もっと取組をPRするとよい。（製造業（食品・バイオ））
- ・道内で知財関連の支援を行っている機関や支援メニューに関する情報が乏しい。（多数）

○知財経営の基礎知識の習得から知財戦略構築まで幅広いサポートが必要

- ・契約など法務面に関するセミナーの開催に期待したい。特にオンラインによる開催で、かつアーカイブ化されたものが視聴できるものだと時間の節約にもなるのでありがたい。（スタートアップ）
- ・自社にとってどのような知財戦略を構築すべきか、アドバイスが受けられるとありがたい。（スタートアップ）
- ・知財活動をよく理解しておらず、知財の基礎からサポートを望む（製造業（食品・バイオ））
- ・当業界はコピー商品で痛い目にあっている企業が多く、業界に向けた啓発の強化が必要（製造業（非食品））
- ・外国出願支援については、採択枠と申請時期の拡大が希望。（製造業（非食品））
- ・ブランド戦略の専門家とブランドに知見のある弁理士の組み合わせによるサポートが受けられるとよい。（製造業（食品・バイオ））

○知財支援人材の育成に関するニーズを持つ企業も存在

- ・ベンチャー企業の知財活動支援においては、専門知識を持つ知財コンサルタントの育成に力を入れるべき。特許出願の請求項の記載内容は事業戦略を構築するうえで重要であり、研究開発型ベンチャーにとっては生命線となる（製造業（非食品））
- ・当社の技術がどの分野で有望であるかをアドバイスしてくれる、技術とビジネスに長けた専門家に相談できる体制ができるとよい。（製造業（非食品））

(2) 北海道知的財産戦略本部構成機関ヒアリング結果

①ヒアリング概要

【ヒアリング対象】

北海道知的財産戦略本部を構成する29機関のうち、北海道経済産業局と北海道を除く27機関を対象に、実施している知的財産施策と成果・課題、次期推進計画に対する要望等を把握するため、ヒアリング調査を行った。

【調査項目】

- ・展開している知的財産施策・事業とその成果、課題、施策を通じた現状認識
- ・新型コロナウイルスの感染拡大による影響
- ・次期推進計画に対する要望 など

【ヒアリング実施期間】

令和3年10月～令和3年12月

②ヒアリング結果

ヒアリング結果の概要は下記のとおり

ア) 知的財産施策の展開を通じた現状認識等

企業の知財マネジメント、知的財産の活用促進

○北海道の中小企業は技術力はあるものの知的財産に対する意識が大都市と比べて低い

- ・北海道の企業は、知的財産に関してはまだ啓蒙の段階。数多くの特徴ある企業が存在し技術もあると感じるが、特許など知的財産は敷居が高いと感じているようだ。
- ・北海道の企業は、技術をビジネスの柱とする企業が少ない。また、東京・大阪・名古屋のように研究開発を行う規模の大きな企業が少なく、技術を守る意識がまだ低いと思われる。
- ・企業との関わりの中で、知財に対する意識として、「費用対効果はどうか」「取組む価値はあるか」「どのくらいビジネスに効いてくるか」、といった点に悩んでいる企業が多いようである。また、自社技術の防衛に対する意識も総じて弱いと感じる。
- ・最初から知的財産の相談が持ち込まれることはほとんどない。技術開発の話の流れから知的財産がテーマになることもあるが、企業側に体力がないと具体的な知財活動にまで至らない。

○知財支援機関が道内中小企業等にまだ十分認知されていない

- ・道内では相談や支援事業の利用が少なく、そもそも知的財産の必要性・重要性を認識している企業が少ないと感じる。企業の経営者・担当者が相談窓口を知らない可能性も大きい。
- ・相談事業の課題としては、地域への周知が難しいこと、目利きのセンスを持っている人材が少ないこと（北海道全体として少ない）があげられる。
- ・オンライン含めて相談件数は多いものの、利用する企業がやや固定化されており、利用企業の拡大に向けた情報発信等が必要。

ブランド形成の促進

○地域団体商標やG Iの登録を目指すことができる農漁協等はまだ少数

- ・G Iは登録要件のハードルが高いので、G Iの活用方法を明確にしている団体でなければ登録することはない。G Iの登録を増やすためには、ブランド構築に向けて戦略的に高付加価値化・高格化を図ろうという意識をもつ農協等を増やすことが重要。
- ・地域団体商標やG Iの活用については、出願や申請に必要な要件である組織・体制づくりが課題になっている。組織・体制づくりをできるような力のある組合は限られている。

○今後農業・漁業におけるブランド化が期待されるが、知財面での意識改革が必要

- ・農業では栽培技術やノウハウを互いに教え合うという文化があり、秘密にするという意識がなく、国内において知財で儲けるという意識は低い。
- ・商標登録をしている組合であっても、登録しただけでブランド化等の知財活用に至っていないケースが多い。

経済活動のグローバル化に対応する知財活動の推進

○海外に北海道の農漁業分野の知的財産が流出している。

- ・近年、日本の種苗が海外に流出している問題がある。畜産分野でも和牛の種が流出し、海外でOG-WagyuやUS-Wagyu（交雑種）が生産されている。
- ・中国等アジアでは、“北海道産”がブランドとして独り歩きしており、北海道や道内の地名が海外で勝手に商標登録されている。

○コロナ等を契機に輸出に取り組む事業者が増えているが、知財に対する意識はまだ低い

- ・近年、輸出に取り組む漁協も増えている。中国、香港、台湾等で道内の地名が商標登録されていることに危機意識はあるが、売ることに手一杯の状況。組合は輸出に取り組むにあたって無防備であり、今後は商標等で自身のビジネスを守るという意識付けが重要。しかしながら、現実には輸出する商品の殆どが加工原料用であることなどから商標に対する意識はまだ低い。
- ・海外展開にかかる相談は近年増えている感触あり。新型コロナ感染拡大の前は多くの企業がインバウンドに目が向いており、“国内でブランドを守る”との考えが多かったが、感染拡大後は輸出を中心に海外展開に目が向き始めている。・海外展開の事業が軌道に乗って初めて知的財産を意識する事業者が多い。海外展開に取り組んだ後で権利面のトラブルなどに直面し、そこから知財の重要性を理解することとなる。

人材育成

○知的財産教育のカリキュラムがある大学は多くないので、教員含めて学べる仕組みが必要

- ・工業系の大学を除き知的財産教育のカリキュラムがある大学は少ないので、講演会やセミナーの形態で学生とともに教員も学べる仕組みがあるとよい。

○金融機関の知財担当者においても知財に関する現場対応が不十分な状況

- ・現場担当者は「このような支援メニューがある」と紹介するにとどまっており、顧客企業との関わりにおいても知的財産に触れる機会が少ないことから、制度や活用方法を理解するまでにはいたっていない。・現場担当者も取引先企業も、例えば「商標権をどのような場面で使えばよいかわからない」「どのようなときに発明協会に相談したらよいかわからない」といった基本的なところが理解されていない可能性がある。

○知財支援人材の対応力強化に向けた研修事業が様々な分野で実施されている

- ・コロナ感染拡大の直前に「デザイン経営」をテーマとした勉強会を開催。これは企業価値を把握して“それをベースに勝つ”ことと“伝える”ことを目的としたもの。特に企業価値の表現や見せ方を重要視している。支援人材の育成も包含しており、対応力を強化したいとの狙いもある。
- ・弁護士業務において知財はまだマイナーな分野であり、北海道では企業の知財経営の相談ができる弁護士が少ないのが実情。

知財推進体制

○知財戦略本部構成機関の個別の取組には限界があるので、戦略本部と外部専門機関との連携も重要

- ・知財戦略本部の各機関の担当者は人事異動があるためノウハウの蓄積が難しい。
- ・北海道センターには海外展開にかかる知財の専門人材がないので外部の専門機関に繋がざるをえないという点があり、専門機関とのスムーズな連携が重要。・外郭団体では実施事業の自由度が低く、国や道の事業費をベースに動いている。知的財産を全面に打ち出した新しい事業の実施は難しい。

イ) 新型コロナウイルスの感染拡大による影響

○新型コロナウイルスの影響により大学の研究活動や特許出願が停滞

- ・北海道では新型コロナウイルスの影響等により、特許は多数出願するのではなく、絞って出願するスタンスになった。大学にとって特許出願はコストセンターとの意識があり、研究自体が停滞したコロナ禍においては特許出願の優先順位は低くなった。
- ・新型コロナウイルスの影響により、フィールド研究を中心に実験できない期間が生じて研究スケジュールに遅れが生じた。

○コロナ禍による経営環境の変化から知財活動が停滞気味の企業と活性化見込みの企業が存在

- ・飲食店や業務用食材をメインに生産している食品メーカー、観光関連産業など新型コロナの影響を受けた企業においては、足元の経営を立直すのに必死であり、知財活動が後回しになっていると感じている。
- ・コロナ禍による企業の知財活動への影響については、面談方法やアポイントメントの取り方が変わった程度で、企業側の意欲が減退している状況は見られない。ただ、支援等を行っていく中で、相手企業がコロナの影響等もあり日常業務に追われているようで、企業側の反応が鈍くなっている傾向がうかがえる。
- ・PCT出願件数が2019年度の129件から2020年度は82件と大幅に減少したが、コロナの影響が多少なりともあったと認識している。・新型コロナウイルス感染拡大を新たなチャンスとして前向きにとらえ、B to BからB to Cへの事業転換の相談なども増えており、関連して知的財産に関する相談も増える可能性があると捉えていえる。

○直接面談は減少したものの相談窓口業務についてはオンラインの浸透により相談件数が増加

- ・窓口支援事業については、コロナの影響で対面での対応が難しくなったこともあり、ZOOMなどのオンライン対応、メールや電話の利用などにより対応したが、窓口支援・訪問支援の件数は大幅に減少した。ただ企業がオンライン対応に慣れてきていることもあり今年の支援件数自体は順調に推移している。
- ・定着したオンラインでの活動を活かしつつ、対面での活動とのベストミックスを生み出す取組を検討している。
- ・新型コロナの影響により、札幌・旭川・函館・帯広の4地域に配置している知財コーディネーターが企業訪問を行いつらくなった。・常設無料相談会については、昨年度こそコロナの影響で相談会を自粛した影響もあり、相談件数が半減（従来は70～90件程度のものが昨年は40件程度）したが、今年はオンライン対応を導入したこともあり、相談件数が以前の水準に戻ってきている。また、相談会に対するニーズは落ちておらず、むしろコロナが新しい技術を思いつくきっかけとなり、ニーズがやや増えている傾向がみられる。相談する側もオンラインでの対応に慣れてきている面もみられる。

ウ) 次期推進計画に対する要望等

企業の知財マネジメント、知的財産の活用促進

○「食・ブランド」「大学の知財」「スタートアップ」などを柱に実効性の高い計画づくりに期待

- ・これまでの知財戦略推進計画は、道内産学官における基礎知識の習得、普及啓発、体制づくりの要素が多分を占めていた。今後は次の段階に入り、真の戦略づくり、実行部隊による推進を企図すべき。

- ・次期計画の柱として、外貨を稼ぐ「食関連」、稼げるものにする「大学の知財」、「スタートアップ」の3点が重要。
- ・北海道経財産業局でもスタートアップとオープンイノベーションの支援を推進しているので、これらの領域で知財を上手く使うことが重要。政策の中で知財支援を位置づけていくことが必要。
- ・IPASよりも軽い感じで、ビジネス・知財両面での専門家チームの支援を提供できる取り組みが必要。・商品開発のみならず生産技術も含めて良いシーズづくり（研究成果）が重要で、この部分を活性化すべき。

○北海道内の大学の知財を効果的に活用できる仕組み作りが必要

- ・知的財産の効果的な活用に向け、道内各大学をいかに結集するか、また道内大学に対する支援の検討が必要。産学マッチングも含めて道内各大学を支えるセンター的な機能を作って支援する方向が考えられる。
- ・道内私立大学では発明相談できる体制がない。知財部門が充実していない大学等に発明相談等の支援ができるオンデマンドの専門家派遣が必要。・大学発ベンチャー支援、ファンド組成などを進めており、札幌市のスタートアップ施策などと連動する方向がよいと考えている。

○効果的な知財支援に向けターゲットを絞った展開が重要（知財活動が進んでいない企業には「知的財産」とは何かを知ってもらうことが重要）

- ・事業の組立や企業へのアプローチにあたっては、特許や商標など制度上のカテゴリーで見せるよりも、企業規模や業種に分けて働きかけることが重要。企業が興味を持つようないわば交通整理や、ターゲットを絞ったミニセミナーなどが有効ではないか。
- ・企業の知財活用を考えるに当たって、単純に出願件数などの数字が増えれば良いというものでもないと考えている。次期推進計画を考えていく上で、まずは「知的財産」という言葉を広めていくことを考えてほしい。・小さな改良も含めた着想→発明・アイデアの具体化→うまくいきそう→知的財産で固める→後から効果が出てくる という思考を持つことが企業には重要と考える。

○営業秘密の適切な管理に関する広報・周知も重要

- ・営業秘密に関しては、セキュリティ管理を適切に行う、秘密性を確保することなど、当該企業に立件できる条件を満たしてもらうことが必要不可欠。技術・情報を守るために企業としてやるべきことの広報・周知活動を期待。

ブランド形成の促進

○北海道の強みである「農業」を核にしたブランド展開を強化する必要がある

- ・知的財産については大都市圏と地方とで認識の温度差があると感じるが、北海道としては農業分野のブランディングの推進なども重要ではないか。
- ・弁護士会では近年農林水産分野に真剣に取り組み始めており、今後北海道では「農業」あるいは「農業+ハイテク技術」「ブランド」などの分野で知財支援を強化してもよいのではないか。・農業知的財産管理支援機関が海外の知的財産の侵害情報を一元的に監視・把握し、種苗開発者の権利行使を支援することが必要。

経済活動のグローバル化に対応する知財活動の推進

○取組に積極的な事業者にはフォーカスした支援が重要

- ・今後北海道の事業者には「グローバル」「ブランド」といった観点からの知財活動がポイントとなると考えられる。支援においては広く浅くではなく、積極的な企業を支援するなどターゲットを明確にした取り組みが重要。

○北海道の農業を守るため種苗管理や模倣品流入の水際での取締りが今後とも重要

- ・北海道においては農業試験場等が育種した米、小麦等の種苗が多数ある。種苗は農業の根幹に関わるものであり、その管理の徹底が重要。・水際での取り締まり強化とその重要性をしっかりとPRしてほしい。

人材育成

○大学の学生や高校生に加え、大学教員を対象にした人材育成が求められている

- ・未来の産業を担う学生が知的財産に触れておく必要があると考えており、道内学生に対する知的財産教育とともに知的財産に関する講演会など、教員向けの教育の場もあるとよい。
- ・大学においては、特許だけでなく、これまであまり目を向けてこなかった「実用新案」「商標」の使い方なども学ぶことが必要と考える。・農業知的財産管理支援機関による、農業高校生等を対象とした農業知財学習等の実施も検討が必要。

○知財の基本や知財活動の重要性等を企業や行政職員等に引き続き周知し続けることが必要。

- ・知財活動で困っている企業であっても、知的財産のことを十分認識していないことも大いにある。企業側にも知財に関する基礎知識は必要であり、引き続き知財の基本と取組む意義・重要性などを周知することが必要。
- ・北海道では「老舗企業」と呼ばれる企業や、急速に事業拡大を果たした企業においても、知財経営に関する認識は「従前のまま（意義・重要性の理解が乏しい）」であることが多い。道内中小企業は事業承継が課題となっているが、世代交代するタイミングで知財活動が進むよう人材育成や啓蒙活動が必要ではないか。
- ・会合の場に知的財産の専門家を招聘して勉強することは考えられるが、幹部クラスではなく現場担当者向けに開催できるとよい。
- ・金融機関の現場担当者にとっては、ちょっとした目のつけどころを磨くことが重要で、高度な技術でなくても特許をとれることに気づく、これまで見逃していたものが目にとまるようになるなどのスキルアップを期待。
- ・地方の企業や団体などは自治体の商工担当に経営に関する相談をすることもあるので、自治体の商工担当やふるさと納税を担当している部門などを対象に、知財の簡単な相談対応（円滑に専門機関へつなぐなど）ができる程度の研修事業があってもよい。

知財推進体制

○知財戦略本部構成機関が展開する知財関連の取組の構成機関内での情報共有と連携強化が必要

- ・日頃の活動の中で企業への技術支援の段階から知的財産の段階に移った際、知財総合支援窓口につなぐ。企業にとってはこの流れがよりスムーズになればよい。
- ・企業の意識改革を進めていくためにも、知財戦略本部構成機関との連携を進める必要があると考える。特に北海道よろず支援拠点は企業の知財以外の経営相談も多いことから、連携を強化していくことにより、円滑な知財支援につなげることができるのではないかと。
- ・知的財産に係る支援メニュー等を学ぶ機会を定期的に設けてもらえるとうれしい。

・知財戦略本部構成機関を対象に、企業の興味を引くような知財経営の成功事例を共有する場を設けることにより、各機関が知財活用支援を実施する際に企業にも効果的にPRできるようになるのではないか。・中小企業の知財に対する姿勢は、受け身なことが多いことから、中小企業の意識を高めるために、金融機関や北海道よろず支援拠点（北海道中小企業総合支援センター）などとの連携体制を強めることで対応していきたいと考えている。

○効果的な支援に向け、信用金庫や道外の専門家との連携も検討が必要

・支援機関としては、企業との接触を拡大することが第一。例えば道内各地の金融機関との連携が考えられ、ニーズさえ掘り起しできれば伴走型支援を進めやすい。・「プロフェッショナル人材センター」のようなスキーム・体制も参考になるのではないか。このような活動を通じて具体的な知的財産の活用を志向する企業を開拓できる可能性がある。

参考資料 4

経緯関連資料

1. 本部設置の経緯

国においては、平成14年2月に「知的財産戦略会議」を設置し、同年7月に取りまとめられた「知的財産戦略大綱」において、発明・創作を尊重するという国の方向性を明らかにし、我が国経済の再活性化を図る「知的財産立国」を目指すこととされた。同年11月には「知的財産基本法」が制定され、平成15年3月に「知的財産戦略本部」の設置、同年7月に「知的財産の創造、保護、活用に関する推進計画」の策定、翌平成16年5月には「知的財産推進計画2004」が策定された。この「知的財産推進計画2004」では、「中小企業・ベンチャー企業の権利取得等を支援するため、地域の経済産業局等に地域知的財産戦略本部を整備」する旨が盛り込まれ、地域における知的財産戦略の支援拠点の設置の必要性が打ち出された。こうした国の動きに呼応して、本道において知的財産施策を実施している産学官の関係機関が共通認識を持ち、有機的な連携の下、一体となった取組により本道における知的創造サイクルの早期確立を図ることを目的として、「北海道知的財産戦略本部（以下、「本部」という。）」が平成17年7月8日に設置された。

2. 平成17年度から現在までの取組の経過

(1) 平成17～18年度の主な取組（第1フェイズ）

- 本部の立ち上げ
- 本部取組方針の決定とアクションプランの策定
- 北海道知的財産情報センターの開設
- 本部ホームページの開設

(2) 平成19～21年度の取組（第2フェイズ）

- 大学、企業等における知的財産の創造
- 模倣品・海賊版に対する啓発、取締の強化等知的財産の保護
- 中小・ベンチャー企業に対する支援等知的財産の活用
- 知的財産を活用した地域ブランドの確立
- 知的財産に関する支援機関・人材のネットワーク化
- 知的財産に関する相談体制の強化
- 知的財産関連人材の育成及び制度等の普及啓発

【重点施策と目標】

- ・中小企業における知財戦略の策定支援（知財戦略策定企業を倍増）
- ・地域団体商標制度の利用促進（新規出願：30件）
- ・企業・大学・公設試等が持つ特許の活用促進（5割増）
- ・地域版ワンストップサービス機能の整備（モデル地域：3地域）
- ・企業支援機関等における相談人材の増加・スキルアップ

(3) 平成22～25年度の取組（第3フェイズ）

- 企業、大学・公設試等における知的財産の創造・活用の促進
（目標）知的財産戦略活用モデル企業を4年間で12社以上創出する。
- 北海道の強みを活かした知的財産による地域ブランドの確立
（目標）地域団体商標登録件数を4年間で4件以上増やす。
- 海外との経済交流の拡大に対応した知的財産の保護
（目標）海外展開に取り組む道内企業の知的財産に関する意識を高める。
- 知的財産に関する相談体制の強化
（目標）北海道知的財産情報センターサテライト年間相談件数を4年間で倍増する。
- 知的財産関連人材の育成及び知的財産教育の推進
（目標）知的財産教育推進協力校を4年間で拡大する。

（4）平成26～29年度（新・アクションプラン）

- 中小・ベンチャー企業における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進
（目標）道内中小企業の知財マネジメント意識を高め、知財を盛り込んだ経営戦略の策定による企業自身や大学、公設試が創造、保有する知財の効果的な活用により道内企業の知財活動を活性化させる。
- 企業の海外展開に対応した知的財産の保護
（目標）海外に向けて事業展開する道内中小企業におけるリスクマネジメント意識を高める。
- 知的財産を活用した地域ブランド形成支援
（目標）地域ブランド形成に取り組む地域関係機関等において、知的財産権によりブランド価値を保護するという意識を高めるとともに、商標・地域団体商標制度の活用を促進する。
- 人材育成及び知的財産教育の推進
（目標）知財専門家のスキルアップ及び道内中小企業等における知財人材を確保するとともに、知財教育環境整備により児童・生徒・学生等の知的財産意識を高める。
- 推進体制の充実強化
（目標）知財戦略本部書く構成機関の連携強化による道内中小企業の知財に関する様々な課題に対応可能な機能的ワンストップ相談体制の構築及び知財の戦略的活用により北海道の産業競争力を強化する。

（5）平成30～33年度（令和3年度）の取組

- 中小企業等における知財マネジメントの確立と知的財産の活用促進
（目標）道内中小企業の知財マネジメント意識を高め、知財を盛り込んだ経営戦略の策定による企業自身や大学・公設試が創造・保有する知財の効果的な活用により道内企業の知財活動を活性化させる。
- 企業の海外展開に対応した知的財産の保護
（目標）海外に向けて事業展開する道内中小企業におけるリスクマネジメント意識の高揚及び中小企業の海外展開を支援する。
- 知的財産を活用したブランド形成支援
（目標）地域ブランド形成に取り組む地域関係機関等において、知的財産権によりブランド価値を保護するという意識を高めるとともに、商標・地域団体商標制度等の活用を促進する。
- 人材育成及び知的財産教育の推進

(目標) 知財支援人材のスキルアップ及び道内中小企業等における知財人材を確保するとともに、知財学習支援環境整備により児童・生徒に対しては創造性豊かな人材育成を図り、学生等に対しては知的財産意識を高める。

○推進体制の充実強化

(目標) 本部各構成機関の連携強化による道内中小企業の知財に関する様々な課題に対応可能な機能的ワンストップ相談体制の構築及び知財の戦略的活用により北海道の産業競争力を強化する。

3. 北海道地域知的財産戦略本部構成機関一覧

北海道

経済産業省北海道経済産業局

北海道経済連合会

財務省函館税関

農林水産省北海道農政事務所

北海道警察本部

北海道市長会

北海道町村会

一般社団法人北海道商工会議所連合会

北海道商工会連合会

一般社団法人北海道中小企業家同友会

国立大学法人北海道大学 産学・地域共同推進機構

学校法人東海大学

国立研究開発法人産業技術総合研究所北海道センター

地方独立行政法人北海道立総合研究機構

国立研究開発法人科学技術振興機構

独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部

公益財団法人北海道科学技術総合振興センター

公益財団法人北海道中小企業総合支援センター

一般社団法人北海道発明協会

独立行政法人日本貿易振興機構 北海道貿易情報センター

独立行政法人工業所有権情報・研修館

北海道弁護士会連合会

日本弁理士会北海道会

ホクレン農業協同組合連合会

北海道漁業協同組合連合会

一般社団法人北海道映像関連事業社協会

一般社団法人札幌銀行協会

一般社団法人北海道信用金庫協会