

第6章 知的財産の創造に向けた支援

1 地域における知的財産の創造の支援

(1) 中小企業による商品企画や研究開発に当たっての技術調査の支援

- ・ 新たな技術開発・商品開発を行うに当たっては、経営戦略に基づき、自社の技術開発・商品企画の方向性を明確にする必要がある。その際には、特許技術その他の先行技術(P. 32参照)や技術動向についての調査を十分に行い、技術開発・商品開発の重複を避け、焦点を定めた効率的な開発を行うことが不可欠である。また、意匠デザインやネーミングに関する調査についても同様である。
- ・ 特許、実用新案、意匠、商標の産業財産権については、インターネットの特許電子図書館（IPDL）¹⁵を活用した検索が可能である。中小企業の先行技術(P. 32参照)調査を支援するため、宮城県知的所有権センター（産業技術総合センター内）の特許情報活用支援アドバイザーが相談、検索支援を行うとともに、IPDLの先行調査の講習会などを開催する。また、財団法人みやぎ産業振興機構においても、中小企業の依頼に基づき専門家を派遣し必要な支援を行う。
- ・ 種苗法に基づく品種登録についても、農林水産省の品種登録のホームページ(P. 19参照)で公開されており、品種の種類やキーワードによって容易に検索が可能なので、その活用について奨励する。

(2) 研究開発・商品開発のための資金の支援

- ・ 経営課題に果敢にチャレンジする中小企業が、新事業動向調査、新商品・新技術等の開発を行う際に経営革新計画の承認を受けることを前提に助成を行う。
- ・ 地域資源や優れたビジネスアイデア等を活用し、創業や新商品・新サービスを提供する事業について助成を行う。
- ・ 県内に事業所を有する企業が大学等の学術研究機関と連携して取り組む新商品、新技術に関する開発について助成を行う。

(3) 技術的な支援の充実

- ・ 企業の様々な技術的課題に対応するとともに、技術力の向上に資するため、

15 特許電子図書館（IPDL） <http://www.ipdl.inpit.go.jp/>

県の試験研究機関は、技術相談、技術者研修などを強力に推進する。

- ・ 産業技術総合センターにおいては、技術改善支援、施設機器の開放、試験分析等のサービス提供を行う。

(4) 企業や生産者のニーズの掘り起こしとそれに応じた支援

- ・ 技術相談や各種の支援策を担当する職員が、積極的に企業・生産者を訪問し、中小企業や生産者が抱える技術や新製品開発等の課題解決の支援や、企業や生産者のニーズや課題を掘り起こすとともに、県の支援策とのマッチングや、企業等における研究開発や事業化に対する支援、技術の普及を行う。

(5) 発明・創造の奨励・振興

- ・ 県内企業の製品や技術開発を奨励し、本県から優れた工業製品の発信を行うため、カタログの作成や各種催事での展示など広くPRを行い、販路開拓や市場拡大などの支援を行う。
- ・ 本県と社団法人発明協会宮城県支部の共催により、県民の発明考案に対する関心を高め、次代を担う児童生徒の発明くふうに対する楽しさ、観察力、想像力を養うことを目的として、創造的、個性的な発想によるユニークな作品を募集し優れた作品を表彰する、みやぎ発明くふう展、及び子どもたちの自由な発想で描いた作品を募集し、優れた作品を表彰する未来の科学の夢絵画展を開催する。
- ・ 県の試験研究機関は、児童生徒から一般の方々に対して研究成果と先端技術などを分かりやすく紹介する、施設の一般開放事業を行う。
- ・ 県民の要請に応じて、県職員が出向いて県行政の説明を行う、「みやぎ出前講座」においても、試験研究機関の職員が分かりやすく試験研究開発について説明を行う。
- ・ 特許庁では知的財産マインドの醸成と、知的財産に関する知識の習得等のため、小・中・高校生それぞれに対応した産業財産権の副読本や、各種の産業財産権の標準テキストを無償提供しているほか、児童・生徒や教職員向けセミナーも開催されているので、これらの活用を図る。

2 知的財産の創造に向けた産学官連携の推進

県内には、東北大学を始め、優れた大学、工業高等専門学校、公設試験研究機関等の学術研究機関が存在するものの、企業アンケートによると、産学官連携の経験がある企業は17.3%にとどまっている。

しかし、特許出願又は保有している企業では52.9%が産学官連携の経験があり、今後行いたいという企業を合わせて78.4%が産学官連携への関心を示していることから、企業の特許出願・取得に対し産学官連携が大きな役割を果たしていることが読み取れる。

そこで、今後県内企業の知的財産をさらに創出していくために、産学官連携の取組みをさらに推進していく。

(1) 産学官連携による共同研究開発の促進

- ・ 県内中小企業等と大学等の産学交流を、技術移転機関、研究支援機関の連携窓口、コーディネーターの協力の下に進める。
- ・ また、産学官の共同研究の推進のため、知的クラスター創成事業¹⁶、地域新生コンソーシアム研究開発事業¹⁷等の産学官連携プロジェクト研究を促進する。
- ・ さらに、新事業の創出等を目指して結成された県内の大学等と企業による研修会等の活動経費に対して助成を行う。

(2) 学術研究機関の知恵の活用

- ・ 宮城県など4者で締結した「地域産業経済の成長に向けた基本合意¹⁸」を背

16 知的クラスター創成事業 地方公共団体の主体性を重視し、知的創造の拠点である大学、公的研究機関等を核とした、関連研究機関、研究開発型企業等による国際的な競争力のある技術革新のための集積（知的クラスター）の創成を目指す事業。

17 地域新生コンソーシアム研究開発事業 地域において新産業・新事業を創出し、地域経済の活性化を図るため、大学等の技術シーズや知見を活用し、産学官の強固な共同研究体制（地域新生コンソーシアム）の下で行う実用化に向けた高度な実用化研究開発を支援する事業。

18 地域産業経済の成長に向けた基本合意 国立大学法人東北大学、仙台市、社団法人東北経済連合会及び宮城県の4者が、科学技術の振興や研究開発型企業の誘致、中小ベンチャー企業育成支援などの分野で協力関係を深めることを確認する目的で、平成17年4月12日に合意書を調印。

景に，東北大学を中心としたMEMS¹⁹パークコンソーシアム²⁰等の先端的プロジェクトの推進，青葉山サイエンスパーク構想の推進等を行う。

- ・ 宮城県内の大学等との連携による「KCみやぎ推進ネットワーク」²¹をワンストップ窓口として，地域学術研究機関等が連携・協力し，技術相談，訪問支援，機器開放，研修会・セミナーの開催，技術交流会の開催等の技術的支援活動を行うことにより知財創出に寄与する。

19 MEMS 「Micro Electro Mechanical Systems（微小電気機械システム）」の略語であり，半導体製造技術や三次元加工技術を駆使して小さなスペースに異種要素（電子，機械，その他）を集積したシステムをいう。

20 MEMSパークコンソーシアム MEMS技術を産業界で有効に活用していくため，仙台市長，宮城県知事，東北大学総長，東北経済連合会会長，東北経済産業局長，日本政策投資銀行東北支店長及びSEMIジャパン代表が発起人となって設立した任意団体組織。平成20年6月現在112団体が会員で，情報発信・共有，シンポジウムやセミナーの開催等を行っている。

21 KCみやぎ推進ネットワーク 学術研究機関，産業支援機関，金融機関など20機関が各機関の支援メニューを有機的に結びつけながら，平成20年1月15日に発足。

3 地域ブランドの確立と知的財産の活用

地域間の競争が激化し、生産者、販売者、消費者それぞれの立場からのブランドに対する関心の高まりを背景に、全国各地で、地域の製品の「ブランド化」によってイメージアップを図り、市場での競争力強化を図ろうという取組みが盛んになっている。

また、消費者の安心・安全への関心が高まり、食材を始めとして、人々の暮らしをとりまく様々なモノやサービスに対して信頼性や安全性がますます求められてきている。

一般にブランドや商標には「出所の表示」、「品質の保証」、「広告・宣伝」の3大機能があるとされているが、市場や消費者からの信頼や評価を得られるようになるためには、誠実で地道な取組みの積み重ねが必要であり、特に「品質の保証」により信頼や期待に応えていくことは供給する側の義務とさえいえる。

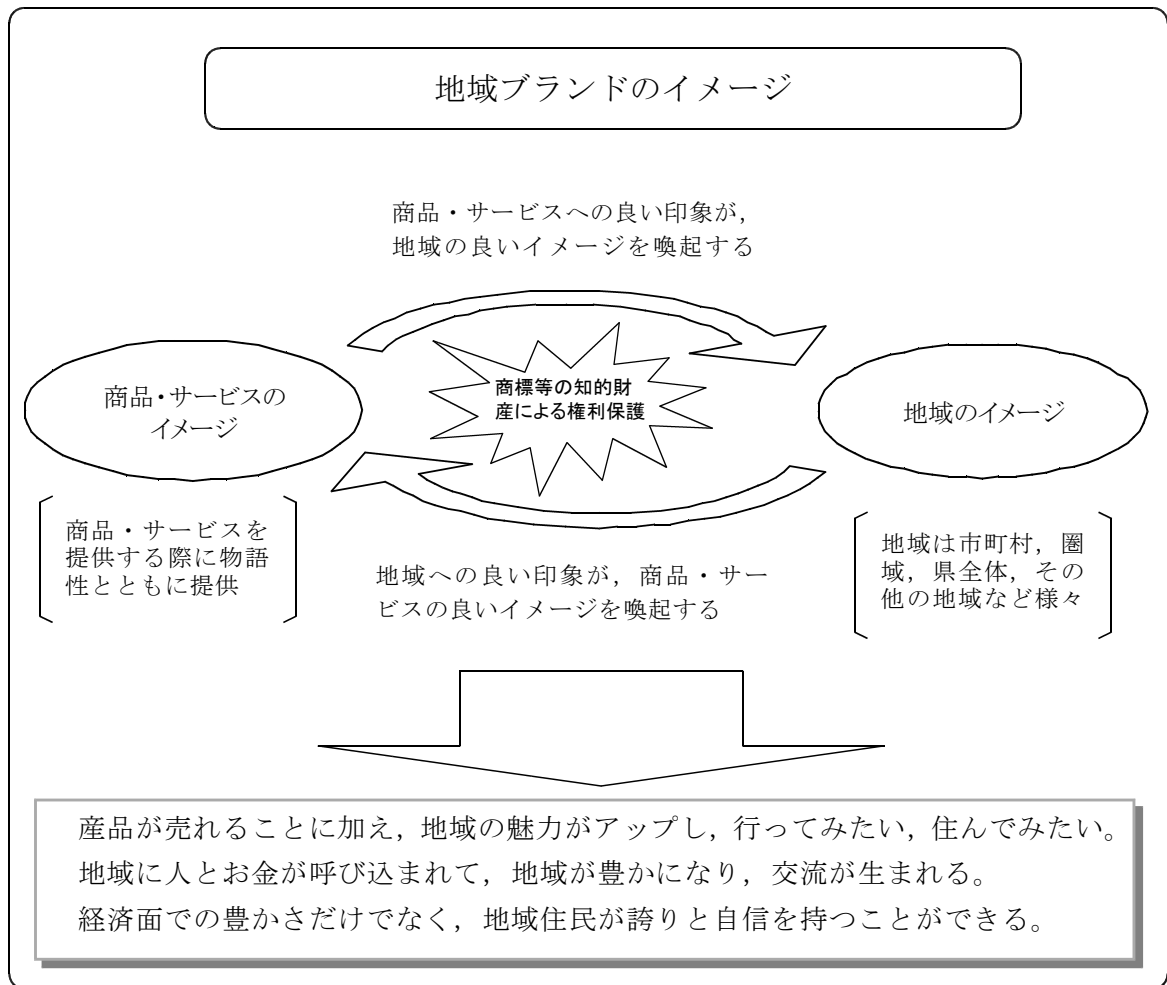
本県においても、製品の高品質化、高付加価値化を通じての市場や消費者への信頼の積み重ねや、知名度や魅力アップのためのマーケティング戦略などを通じて県産品の「ブランド化」を着実に推し進めていく。

さらに、個別の製品の「ブランド化」に加えて、産地と産品など、地域の様々な資源を組み合わせる等、地域のイメージアップによって観光やその他の地域の産業にも波及していく「地域ブランド²²」の確立を目指す。

そのためには、生産者や小売業者及び観光業者などと連携し「みやぎの魅力」を最大限発揮できるような統一的な地域ブランドイメージの構築が必要である。

今後は、「ブランド化」に向けた各取組みを推進するとともに、本県における統一的な地域ブランドイメージの構築に向けて、地域ブランド戦略に包括的に対応する横断的な組織を設置し、事業間の連携・調整を図り推進していく。

22 「地域ブランド」とは、仙台筆筒、三陸ワカメ、鳴子温泉など、地域名と産品やサービス名の組合せによる名称のブランドのことをいう場合と、それに加えて、本文に述べるような、産地と産品など、地域の様々な資源を組み合わせる等によって地域のイメージが良くなり、観光やその他の産業にも波及して、地域の発展に結び付けていこうとするものをいう場合とがあり、本推進方策では前者だけでなく、後者の「地域ブランド」の確立も目指すこととしている。



(1) 商標などの知的財産権を活用したブランド化の推進

- 地域の産品の品質やイメージが市場で評価されるようになると，それを模倣した産品が現れる懸念が生じることとなる。こうしたブランド産品のただ乗り商法（フリーライド）を防ぐためには商標登録を行うことにより，商標権の侵害として模倣品を排除することが可能となる。その意味で商標権は「築き上げた信用を保護する権利」であり，企業や産地間の競争が激化する中において，強力な武器となる権利であり，商標登録を行うことは，自らの商品やサービスを保護するに当たって極めて重要である。
- 商標には，文字，図形，記号又はこれらの組合せなどによって構成されるものがあり，これらのうち図形や記号からなる商標はその図形や記号を使用しなければ権利侵害とはならないのに対して，文字商標はその文字を使用するだけで権利侵害となるので，「地域名」と「商品名」等からなる文字商標は，「地

域ブランド」を保護する上で強力な権利となるものである。「地域ブランド」の保護とブランド化への取組を支援する「地域団体商標²³」は、まだ発展段階にある「地域ブランド」について一定範囲の周知度を得た段階で文字商標の権利取得を可能とするものであり、この制度の積極的な活用を推進していく。

- ・ さらに、商標権による保護に加え、デザインは意匠権により、製法や構造は特許権・実用新案権により保護することで、同様の製品の製造販売自体を防止することができるので、差別化、高付加価値化をさらに強化することができる。
- ・ 県内の中小企業や生産者組合等がこれらの知的財産を有効に活用できるよう、相談支援窓口（巻末「宮城県内の知的財産支援機関マップ」参照）によるサポートを行う。

（２）「食材王国みやぎ」の推進と連携した「食」のブランド品の創出

- ・ 本県は豊かな自然に囲まれ、海・山・大地の育む多彩で豊富な食材に恵まれており、これら食材資源や立地等の利点を生かして、食産業の充実のための食関連情報ネットワークの整備や安全・安心な食料供給の推進など、全国から『「食」と言えば「みやぎ」』というイメージを抱いてもらえるような「食材王国みやぎ」の確立を目指している。
- ・ これらの取組みにより、本県産食材等の品質やイメージについて市場や消費者からの評価と信頼の獲得を目指すほか、各地域における独自の発想や創意工夫の取組み及び、産地が持つ歴史や文化、自然などの地域資源等と重ね合わせた物語性のあるPR活動と連携することで、食材が生産者や地域等と結び付けて認知されるよう、新たな地域ブランドの創出に取り組んでいく。

（３）本県産農林水産物のブランド化促進

- ・ 農産物については、みやぎ米のトップブランド米を創出し、みやぎ米全体のブランド力を強化するほか、JAなどの関係機関等との連携を図りながら、顧客に対する広報宣伝や産地情報の発信等を実施し、県内農産物の市場評価の向上とブランド化を推進する。
- ・ 県産木材については、「優良みやぎ材」の流通体制の構築と、公共施設や一

23 地域団体商標制度 地域の名称及び商品（役務）の名称等からなる商標について、一定の範囲で周知となった場合に、事業協同組合等の団体による登録を認めるもので、平成18年4月から導入された制度。本県では「仙台味噌」「仙台みそ」「仙台牛」「仙台黒毛和牛」の4件が登録されている（平成21年1月現在）（P.19参照）。

般住宅に対する県産製材品のモデル施工，安定供給体制の整備の支援などを通じてブランド化を推進する。

- ・ 畜産物については，仙台牛銘柄推進協議会や，^{みやぎのぼーく}宮城野豚銘柄推進協議会等が主体的に取り組んでいる，仙台牛や^{みやぎのぼーく}宮城野豚などの県産畜産物についての広報宣伝や消費拡大・銘柄確立に対する事業等について支援を行う。
- ・ 水産物については，県産品の展示販売会を県内外で開催するとともに，生産者，流通業界等が行う県内産地魚市場の知名度を生かしたブランドづくりや地域に埋もれた水産物をブランドに育てる取組みへの支援などを行う。

(4) 「スマイルあったか宮城」の観光イメージづくり

- ・ 本県の有する豊かな自然・温泉・歴史・食材・文化等の観光資源を生かした施策を積極的に推進し，宮城を全国に発信する大型観光キャンペーンの展開等による観光地の知名度アップや，おもてなし態勢の充実を図るため設置した「みやぎ観光コンシェルジュ」の活用による観光関係者，一般県民のホスピタリティの向上など，地域と一体となった取組みを通じて観光客の満足度をアップさせ，本県にふさわしいほのぼのとした「スマイルあったか宮城」のイメージの醸成を図る。

(5) 「食と農林水産業の地域ブランド協議会」を活用した情報収集

- ・ 農林水産物，地域食品の地域ブランド化に取り組む主体や地域ブランド化を支援するものが広く参集し，情報提供・交換等を行い，それぞれの連携を促進することにより個々の取組みを広めることを目的とした「食と農林水産業の地域ブランド協議会²⁴」を活用し，真に力のある地域ブランドを確立するための情報・ノウハウの収集等を行う。

(6) アンテナショップによる情報発信と収集

- ・ 本県が東京都豊島区東池袋に設置しているアンテナショップ²⁵「宮城ふるさとプラザ」では，首都圏における本県県産品の普及拡大を図る一方，消費者の反応やニーズ等についての情報をフィードバック²⁶し，ブランドづくりに役立

24 「食と農林水産業の地域ブランド協議会」ホームページ： <http://www.syoku-brand.com/>

25 アンテナショップ 県産品の販売を通じて，その反応から消費者の需要動向を探るために設置した小売店。

26 フィードバック アンテナショップでの消費者の評価や反応を参考に，商品の内容や品揃え，販売の方法などを修正し，より適切なものにしていく仕組み。

てていく。

(7) 農林水産物のオリジナル品種の育成と技術開発の推進

- ・ 本県は、多彩な食材の産地であることから、県の試験研究機関を中心に今後とも優れたオリジナル品種の育成に努めるほか、本県の気候や消費者ニーズに適した新たな産品の発掘に努める。
- ・ また、農林水産物の高品質を保持する栽培、飼養、漁獲、養殖、流通・加工技術、生産性を向上する先端技術等の開発を促進する。

(8) 地域特産品の認証

- ・ 県内で生産された優れた農林水産物の良さを生かし、地域の文化や技術にこだわりをもってつくられた特産品で、県の認証基準に適合したものに対しては、こだわりと信頼の証しであるEマークの使用を認めることで、高品質化の取り組みを支援する。



Eマーク

(9) 宮城県伝統的工芸品の指定

- ・ 県内の地域において育み受け継がれてきた伝統性のある工芸品の良さを見直し、宮城県伝統的工芸品として指定し広く紹介することで、工芸品製造産業の育成・振興・需要拡大が図られるよう支援する。