

中小企業のための知財関連情報

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

東北経済産業局知的財産室の知財支援の取組

経済産業省 東北経済産業局
地域経済部 産業技術課 知的財産室 知的財産室長
山口 竜三

1. 東北経済の特徴

東北地域（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）は、全国比で総生産6.3%¹、人口7.1%、事業所数7.3%のシェアがあり、一般的に「6%経済」と言われています。

主な産業として、製造業では「電子部品・デバイス・電子回路」、「情報通信機械器具」で全国の出荷額のシェアがそれぞれ13.8%、15.2%と比較的大きくなっており、特に「情報通信機械器具」は地域ブロック別では近畿・中部より大きく2位になっており、「電子・情報通信機器の製造拠点」と言えます。

また、第一次産業も盛んで、域内総生産では全国比15.1%であり、農業の産出額を見ると全国比14.6%ですが、品目で見ると米と果実の産出額がそれぞれ全国比25.1%、23.9%と特徴があります。加えて林業の産出額は全国比28.8%で、水産加工品の生産量も多く、特に「生鮮冷凍水産物」は全国比20.7%になっており、「地域資源の宝庫」と言えます。

このような経済状況を踏まえ、「東北経済産業局」では2020年に東北地域が目指すべき姿をとりまとめた「中期政策（2016年度～2018年度）」を2016年6月に策定し、5つの重点事項「1.復興の加速と自立的発展への道筋づくり」、「2.ものづくり・情報技術を活かした産業の高度化」、「3.世界をも惹きつける地域資源の戦略的活用」、「4.企業やひとの活躍を支える環境づくり」、「5.安定的なエネルギー環境基盤の確立」を柱に、今後3年間の取組についてとりまとめています。

本稿では、「電子・情報通信機器の製造拠点」と「地域資源の宝庫」の経済状況の中で策定された東北経済産業局の「中期政策」を着実に実施していくため、東北経済産業局知的財産室（以下、知財室という。）が地域の中小企業等の皆様の支援していくためにを行っている事業のうち特徴的なものをいくつか紹介します。

2. 特徴的な事業の紹介

(1) TOHOKU デザイン創造・活用支援事業 ～おいしい東北パッケージデザイン展～

商品パッケージはその企業の顔であり、商品の特徴を効果的にイメージさせるために重要なものです。消費者が商品を選ぶ時間は、極めて短時間とされているので、商品自体が優れた技術や品質であっても目を引くようなデザインやキャッチコピーでないと手にとってもらうことすらできません。

もちろん、ただ目立つデザインであればよいものではなく、地域や会社における風土やその商品に関する物語（ストーリー）などを十分理解した上で、ターゲットとする消費者へ訴求できるデザイン・ブランドを作り上げる必要があります。しかしながら、デザイン・ブランドを効果的に利用できている企業は多いとは言えない状況にあり、その「デザインの力」に気づいていないこともあります。

このため、知財室ではデザインの創造・保護・活用に対する意識啓発、制度普及を図るとともに、東北地域の商品の販売促進・ブランド化を図ることを目的として、本事業で、東北地域の商品のパッケージ等に対するデザインを全国から募集・展示をする「おいしい東北パッケージデザイン展」¹⁾を行っています。

〈受賞作品の例〉

青森県八戸市：「いか三升漬」株式会社マルヌシ

既存商品



受賞作品



受賞後は、デザイナーや知財専門家を交えた打ち合わせで、「著作権の譲渡」や「デザインの修正費用」を含めた契約の締結など、パッケージの実用化に向けたフォローアップを行います。

その後、新たな商品パッケージで販売を開始した企業からは「デザインが斬新」とお客様からも好評」「首都圏の高級スーパーや築地の大手食品卸に提案したところ、すぐに商談がまとまった」「東京のアンテナショップ等で販売され、好評を得ており、今後、海外展開も検討中」などの評価をいただいています。ここで誤解がないように申し上げますが、パッケージを見直せば売り上げが上がるわけではなく、自社商品などの特徴やそのストーリー性・物語を再確認し、パッケージに反映して効果的に伝えることが必要であり、その特長を生かした販売先への営業活動が重要です。また、単に印刷会社に発注するだけでなく、自社製品への思いを伝えるため、デザイナーとディスカッションすることも必要です。

中小企業の皆様におかれましては、販売ターゲットへより訴求できるように、「デザインの力」を用いて自社商品の特徴を見直すヒントになればと期待します。

1 経済規模に係る指標は「平成28年版東北経済のポイント」から引用

<http://www.tohoku.meti.go.jp/cyosa/tokei/point/point.html>

2 とうほく知的財産いいねっとHP

http://www.tohoku.meti.go.jp/chizai-enet/support/sokushin_29_dezain.html

(2) 企業経営における知財活動のための人材育成事業 ～知財経営の実践～

企業経営者や管理職の皆様は、日々、社内経費のコストダウンや業務効率化など様々な経営上の課題解決を行っており、また、選択と集中により主力商品への投資や不要経費の見直しなども併せて行っていると思います。これ以上改善することはない！と思っている方には、この経営上の課題と知財を密接に結びつけて課題を解決する「知財経営」をお薦めします。

知財室では、経営における知財活動への「気づき」を得ていただき、知財の観点で、自社の強みを伸ばしたり、不要な投資を見直したりするなどの経営を実践していただくことを目的とした知財経営の人材育成事業を行っています。

そもそも知的財産とは何か？知財活動とは出願、権利化することと考えている方が多いと思いますが、知財活動は経営のあらゆるところで行うことを理解していただくために東北管内でシンポジウムやセミナーを行っています。

知財活動は「出願、権利化」だけでなく、例えば、「製品企画」の段階で自社の経営資源の確認にも使えます。具体的には、製品出荷やサービス提供を行う際の品質管理の向上を図ろうと思った際に、そもそも自社の品質管理のキーとなるのは、熟練の技術者（人）によるものなのか特殊な検品機器（モノ）なのか研究開発機関との共同研究の成果（コト）なのかを確認するなどです。他にも「製品開発戦略」「生産戦略」「販売戦略」「リスク管理」などの事業戦略のあらゆるところに知財活動が存在します。



