

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～

北海道経済産業局知的財産室における取組についてのご紹介

経済産業省 北海道経済産業局
地域経済部 産業技術課 知的財産室
番井 進

1. 北海道経済産業局知的財産室の紹介

北海道経済産業局は、北海道全域を管轄する機関であり、札幌駅北口前に立地している札幌第1合同庁舎に入居しています。交通の便が良いのはもちろんのこと、札幌駅にはたくさんのお店がひしめいており買い物や食事をするにも便利です。北海道大学のキャンパスも近く、非常に恵まれた環境です。知的財産室は、同局の地域経済部産業技術課に設置されており、筆者を含めて職員が3名、地域知財活動調査員3名の計6名で構成されています。

当室では、北海道知的財産戦略本部において策定された、「新・アクションプラン」に基づいて、同本部の広範なネットワークを活かし、各支援機関と密接に連携しながら、施策の効果的・効率的な推進を目指しています。

具体的には、①知財のすそ野拡大を図る「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」、②道内企業による海外展開の動きが活発化していることを受けた「企業の海外展開に対応した知的財産の保護」、③豊富な質の高い地域資源を背景とした「知的財産を活用した地域ブランド形成支援」、④次世代を担う知財人材の育成を見据えた「人材育成及び知的財産教育の推進」、⑤支援機関同士の連携強化を行う「推進体制の充実強化」といった5つの指針に基づいて取組を行っています。

本稿では、北海道経済産業局知的財産室において本年度進めてきた取組の中で、特徴のあるものを紹介します。

2. 広大な北海道をカバーする中小企業等の支援体制について

北海道は、日本の国土の約20%を占める一方、人口の約3分の1が札幌に集中しており、また企業や各支援機関も札幌に集中している特徴があります。この広大な北海道全域をカバーするための取組として、(独)工業所有権情報・研修館が札幌駅前に常設するINPIT北海道知財総合支援窓口に加え、道内8都市(札幌、苫小牧、室蘭、旭川(2カ所)、函館、帯広、北見(2カ所)、釧路)計10カ所の支援機関に「北海道知財総合支援窓口サテライト」を設置しています。このサテライトとは、Web会議システムを利用して、札幌に所在する知財総合支援窓口とサテライトを繋ぎ、対面形式での相談が受けられるというものです。広大な北海道においては、時間的、経済的に非常に有効な仕組みであり、利用者からは「電話などでは難しい込み

入った相談についても、図面や見本を見ながらFace to Faceで相談できる」など、好意的な評価を頂いているところです。

台風被害などの影響もあり、昨年度と同窓口への相談件数は、約2,200件と横ばいでしたが、全体として相談件数は増加傾向にあります。このことは関係者の地道な取組の結果、知財への関心の高まり、知財活用のすそ野拡大が進んでいることを示していると思います。また、支援機関の協力や各種イベントの機会を頂いて臨時相談窓口を設置し、道内全域における相談対応を行っています。

一方、知財総合支援窓口の新規利用者は徐々に増えているものの、その存在について知らないという中小企業もまだ多く、さらなる取組の必要性があると考えています。具体的な取組としては、ホームページやメールマガジン、各種説明会の場などでの情報発信をはじめ、道内支援機関の方々との連絡会議を開催し、意見交換や各機関における支援事例の共有・把握を行っており、引き続き取組を行って参ります。

図1 北海道知財総合支援窓口サテライト

3. デザイン創造・活用支援事業（パッケージデザインコンテスト）

北海道には豊かな自然環境を背景に多くの魅力的な商品があり、国内のみならずアジアをはじめとした海外でも人気が高く、その購買需要が高まっています。他方、プロダクトデザイナーやバイヤーからの視点では、「素材は良いが、説明を受けないと商品の魅力がわからない」、「デザインが一般的でセールスポイントが不明瞭」といった、デザインの持つ力を十分に活用しきれていないと思われる商品も市場に存在するのも事実です。

商材の魅力をより強く内外に発信し、「売れる商品」としていくためには、デザインの戦略的活用と同時に、創造されたデザイン等を知的財産として認識し、権利として保護することが非常に重要です。

そこで、知的財産室では北海道内の食品や日用品を対象に、全国から優れたパッケージデザインを募集し、デザインの創造・活用による商材の販売促進・ブランド化を図るとともに、デザインの創造・保護・活用に対する意識啓発、制度普及を図る「パッケージデザインコンテスト北海道2017」を実施しています。

本コンテストには、デザインを学ぶ学生からプロのデザイナーまで応募可能となっており、優秀な応募作品については表彰の上、札幌および旭川において「パッケージデザイン展示会」を開催し、広く皆様に展示する機会を提供しています。

さらに、表彰されたパッケージデザインについては、製品化や権利取得に向けたフォローアップも行っており、過去2年間に受賞したパッケージデザインには、すでに製品化を行った企業の店頭や道内各地の土産物店等で見かけるものもあります。新たなパッケージデザインを希望する企業側においては、各応募作品により自らの商品を改めて見直す機会にもなりますし、デザインが製品化に結びついた企業においては、いずれも顧客からの評判は上々との声も頂いているところです。他方、作品を応募する学生やデザイナー側の観点からは、自らのデザインを広く世の中に知ってもらうチャンスでもあります。応募作品数も年を追うごとに増えており、本事業に対する関心・認知度が上がってきていることが感じられます。

また、事業を実施する主催者としても、日常生活を送る中で自ら手がけた事業の成果を目の当たりにできることは、まさに醍醐味であり、「三方良し」の事業と言えるかと思います。

平成28年度
「香西農園のおいもと紅玉りんごのパイ」



平成29年度
「えぞ熊笹そば」



図2 過去の受賞作品例

本年度は8つの商材を対象にパッケージデザインを募集し、過去最高である313点のデザインの応募を頂きました。点数もさることながら、審査員の皆様からは応募されるデザインのレベルが年々向上しているとのコメントを頂いています。

4. 人材育成事業

知的財産室では、主として道内の商工会議所や金融機関など、中小企業の相談担当者を対象とした知財支援人材の育成事業ならびに、専門高校等を対象とした次世代を担う知財人材の育成を目的とした人材育成事業を実施しています。

(1) 知財支援人材の育成

北海道は広大である一方、知財に関する様々な相談を適切な相談先に繋ぐことができる知財支援人材は全道的に不足感があり、また札幌周辺に集中しているのが現状です。すでに記載のとおり、札幌以外のエリアにおいても臨時相談窓口の設置や、知財総合支援窓口サテライトを道内各地に設置して積極的に支援を行っていますが、支援が十分に行き届かないケースもあります。

そこで知的財産室では、道内各地にネットワークを有する経営支援機関である商工会、商工会議所の経営指導員ならびに、地元に着した金融機関の営業担当者、企業相談に対応する支援担当者に着目しました。

このような支援機関担当者に寄せられる一般的な技術や経営の相談には、知財に関する相談が混在しているケースが多く見受けられます。経営や技術相談に潜む知財に関する相談を見つけ出し、専門機関へ橋渡しすることができる人材を育成するため、「中小企業支援機関のための相談対応マニュアル」を作成し、研修会を実施しています。

平成26年度から本事業を実施していますが、支援機関担当者の皆様に対して広く知財について知ってもらう機会になるとともに、実際に研修を実施した支援機関において知財に関する相談を抽出して頂き、知財総合支援窓口に繋いで頂くケースも増加しています。

(2) 専門高校等における人材育成

道内自治体、企業、農協、漁協などにおいては、北海道が優位性をもつ「食」や「観光」などの地域資源を活用し、その特性を活かした新たな事業展開や地域のブランドづくりなどの意欲的な取組が行われています。地域産業・社会と結び付きの強い専門高校等では、将来の地域の発展に貢献する人材の育成を行っており、食関係の人材育成に力をいれている学校が多く見られます。

このような背景のもと、道内の専門高校等では、創造力と実践力を身につけるため地域資源を活用した商品・サービスの企画・生産から流通・販売までの一連の流れを体験するプログラムを授業に取り入れ、例えば企業と共同でパンや総菜などの商品開発から商品化までを行う等、地域の振興にも貢献する授業が増加しています。しかしながら、知的財産の活用については、基礎的な知識の習得から具体的な活用に至るまで十分な取組がなされている学校はまだ多いとは言えないのが現状です。

このような状況を受けて知的財産室では、道内で地域資源を活用した商品開発や販売実習に取り組んでいる専門高校等を対象として、道内で活躍する弁理士を講師に、具体的な商品、ブランドイメージ、ネーミングを考える実習を通じて、知的財産に関する基礎的な知識の習得、商品開発における知財活用の重要性について理解を深めることを目的とした人材育成事業を実施しています。

授業は2部構成となっており、前半では講師が身近な商品を例に、パッケージによって消費者が受けるイメージの違いなどを示しつつ、商品開発と知的財産権との関係を説明して理解を促し、後半で実際に商品のネーミングを考えてもらってグループ討議を行い、商品開発の一端を疑似体験してもらいます。教材も、視覚的要素をふんだんに盛り込んで受講者が内容を理解しやすいよう工夫が盛り込まれています。

受講した学生からは、「商品とブランドは深く結びついていると思った」「お客さんの気持ちになり、どうすれば買ってくれるかを考えるのは大変だった」「人それぞれ別の意見を持っており、それらを合わせることで一つの商品が生まれた」といった意見が多数寄せられました。仲間と議論しながら顧客目線で商品企画

の体験をすることで、知財の重要性を認識してもらい、卒業後に知財マインドを持った社会人として活躍する人材が1人でも多く輩出されることを期待しています。

5. 海外展示会・商談リスク対策セミナー

北海道においても、近年海外展開を指向する企業・団体が増えており、これに伴って海外展開に向けた商談や展示会への出展の機会も増加しています。知的財産室では、展示会において見落としがちな「落とし穴」とその対策についてコンパクトにまとめた「海外展示会・商談のリスク対策マニュアル」を作成しました。このマニュアルには、展示会への出展や商談にあたって注意すべき点などが確認できるチェックリストや、道内の具体的事例をふんだんに盛り込んでいます。

本年度はこのマニュアルを使用して、道内3カ所（札幌、旭川、帯広）でセミナーを開催しました。本事業が皆様の海外展開にあたっての転ばぬ先の杖となれば幸いです。

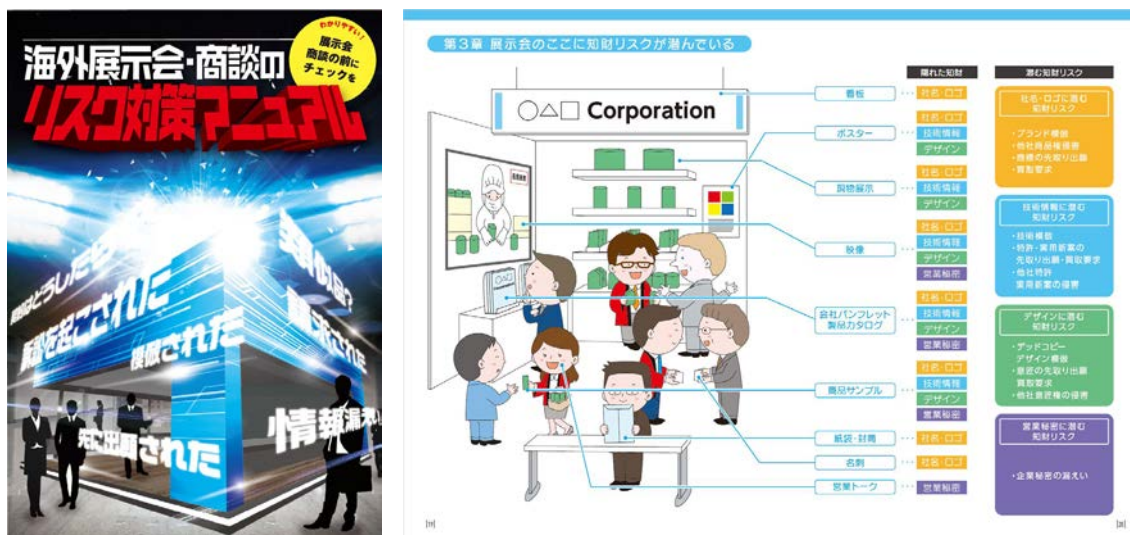


図3 「海外展示会・商談のリスク対策マニュアル」

6. 今後の方針

北海道には中小企業が約15万社所在しており、農産品、畜産品水産品、観光資源といった質の高い地域資源が豊富に存在しています。新聞には日々、道内各地における企業の取組や、地域ブランド構築の取組の記事が掲載されているのを目にします。

一方、昨年4月に着任して以来、中小企業や支援機関の皆様にお話を伺う機会が多いのですが、道内には知財に関する支援のニーズが表に現れない形で数多く散在していることを実感しています。

知的財産室では、今後も道内各支援機関と密接に連携しながら、きめの細かい中小企業支援、デザインや商標を活用した地域ブランド構築支援、人材育成支援など、取組を行っていく予定です。

(以上)