

中国地域知的財産戦略本部の基本方針策定のため の調査事業報告書

(概要版)

■目次

1. 中国地域知的財産戦略本部 基本方針 策定の背景
2. 基本方針の策定方法や検討体制
3. 中国地域における知的財産に関するデータ
4. 第3次地域知財活性化行動計画との関係について
5. 産業競争力強化法の改正との関係について
6. 中国地域知的財産戦略本部 基本方針 見直しのための検討プロセス
7. 中国地域知的財産戦略本部の基本方針
 - (1) 価値創造
 - (2) 連携強化
 - (3) 普及啓発
 - (4) 人材育成

1. 中国地域知的財産戦略本部 基本方針 策定の背景

- 中国地域では、平成17（2005）年9月に「中国地域知的財産戦略本部」を設置し、同本部が各事業年度単位で、知的財産関連の施策を実施してきた。
- 特許庁では、令和6（2024）年5月に「第3次地域知財活性化行動計画」を改訂し、地域における知財活性化推進のための基本方針を示しており、中国地域においても、同計画の地域展開を進める必要がある。
- また、同年5月に成立、9月に施行された改正産業競争力強化法では、中堅企業への成長支援が政策上明確に位置づけられており、本基本方針にもこれを反映する必要がある。
- さらに、令和2（2020）年度の現行の基本方針策定以降に、コロナ禍・アフターコロナ、急激な世界情勢の変化といった社会経済に大きな影響を及ぼす要因も生じているところ。
- このような状況を踏まえ、中国地域知的財産戦略本部の新たな基本方針を策定するため、今年度、調査事業（有識者・関係者による検討ワーキングを設置）を実施した。
- 具体的には、現在（第6フェーズ）の中国地域知的財産戦略本部の基本方針、「①創る」「②つながる」「③伝える」「④築く」の4本柱について、昨今の、環境の変化や中国地域の状況・ニーズを踏まえ、新たな基本方針を策定することとした。

2. 基本方針の策定方法や検討体制

- 新たな基本方針の策定に当たり、公開情報調査、ヒアリング調査を実施するとともに、検討ワーキング（WG）を設置し、これまでに3回のWGを開催した（最終的には計4回開催）。
- また、本WGでの検討結果を中国地域知的財産戦略本部に対して報告し、同本部での意見を踏まえて、中国地域知的財産戦略本部の基本方針を策定することとしたい。

■ 検討WGメンバー（順不同）、事務局

| 委員氏名 | 所属 |
|----------------|-----------------------------------|
| 山本 明良 （委員長） | 公益財団法人 鳥取県産業振興機構 経営支援部 知的所有権センター長 |
| 川角 栄二 | 日本弁理士会 中国会 会長（かわすみ特許商標事務所） |
| 小川 明子 | 国立大学法人 山口大学 大学研究推進機構 知的財産センター長 |
| 岡部 光利 | 独立行政法人 日本貿易振興機構 広島貿易情報センター長 |
| 鈴木健一郎 | 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 中国本部 企画調整審議役 ※ |
| 柳下加寿子 | 一般社団法人 広島県発明協会 専務理事 |

※第1回、第2回検討WGには、独立行政法人中小企業基盤整備機構 地域・連携支援部長 向山 忠宏 氏に委員を委嘱。

【事務局】

- 中国経済産業局 地域経済部 イノベーション推進課 知的財産室
- 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

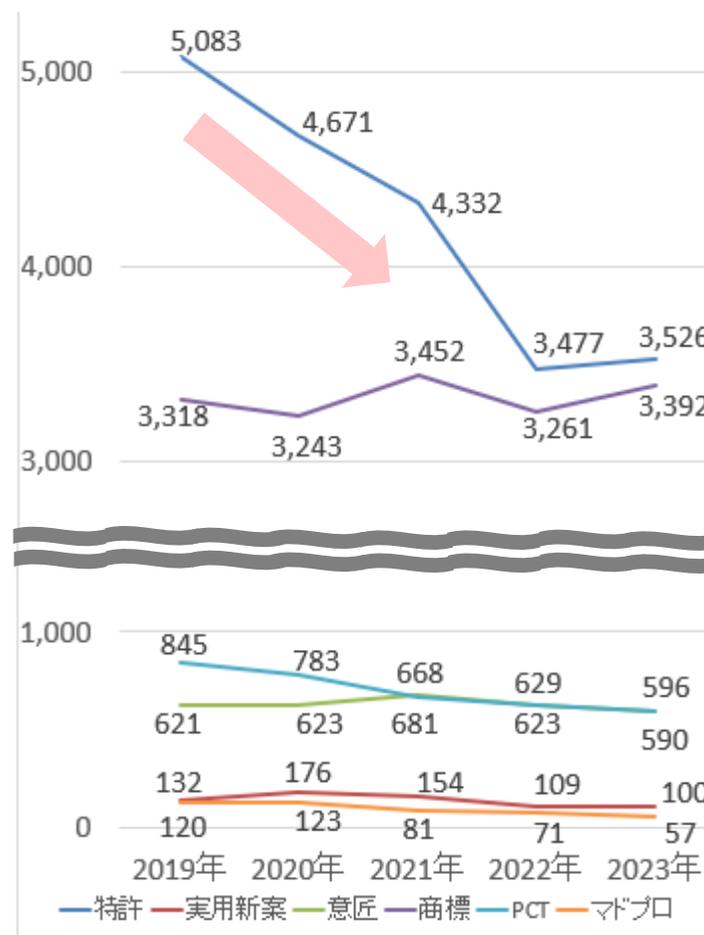
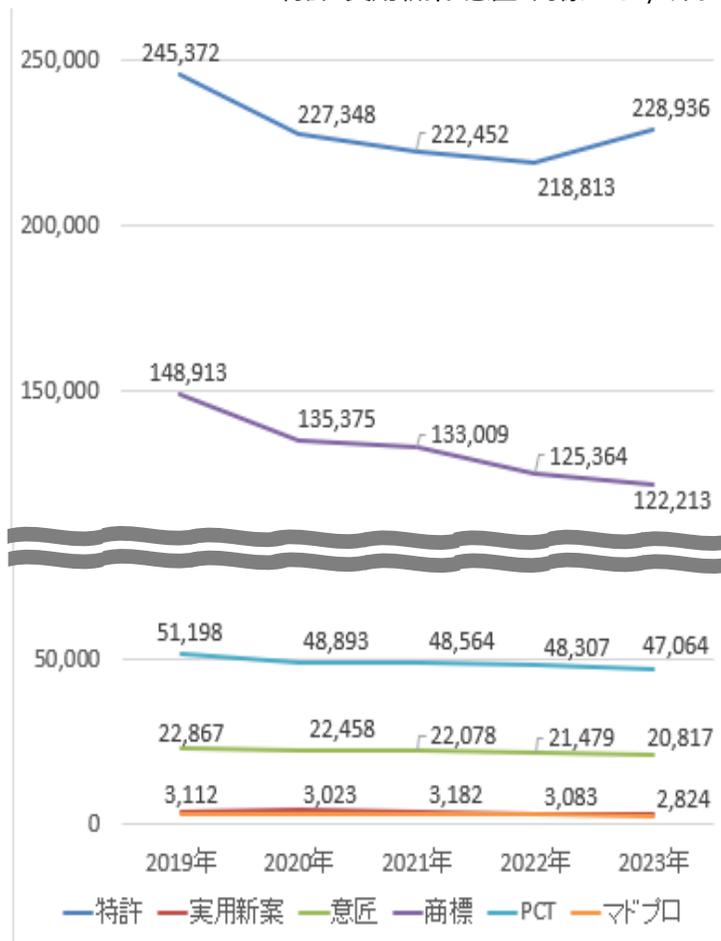
■ 検討WG開催状況

- （第1回）2024年 9月12日
調査の全体スケジュール、ヒアリング先の選定等
- （第2回）2024年11月 8日
文献調査・ヒアリングの状況報告
- （第3回）2025年 1月28日
これまでの議論の振り返り、次期基本方針に関する議論
- （第4回）2025年 2月28日
第2 1回本部会合での議論を踏まえた検討

3. 中国地域における知的財産に関するデータ

- 現行の中国地域知的財産戦略本部の基本方針（第6フェーズ）策定前（2019年）から直近（2023年）の中国地域（5県）の出願人による国内出願（特許・実用新案・意匠・商標）及び国際出願（PCT（特許）・マドプロ（商標）。日本を本国官庁とするもの。）の出願状況の推移を示している。
- 下図に示すように、特許出願件数は5年間で約30%減少。商標は約2%増加、意匠は約4%減少。
- また、国際出願について見ると、PCT出願は約30%減少、マドプロは約52%減少している。

特許・実用新案・意匠・商標・PCT/マドプロ 出願件数の推移（全国：左、中国地域：右）

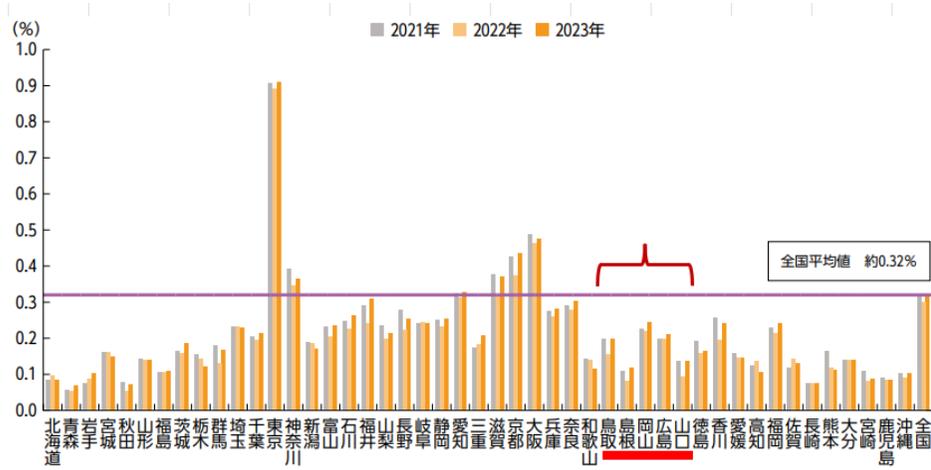


（資料）特許行政年次報告書（2022年版～2024版）

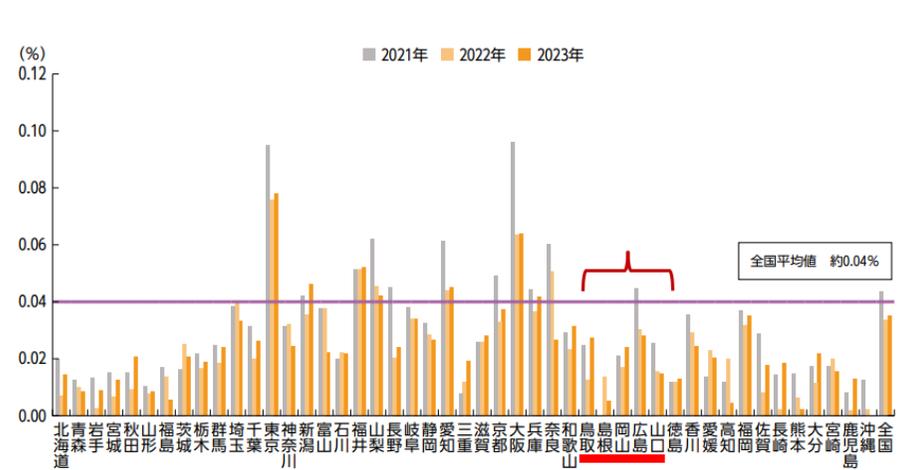
全国と比較した中国地域の出願に関するデータ

都道府県別の中小企業数に対する出願中小企業数の割合（出典：特許行政年次報告書2024年版）

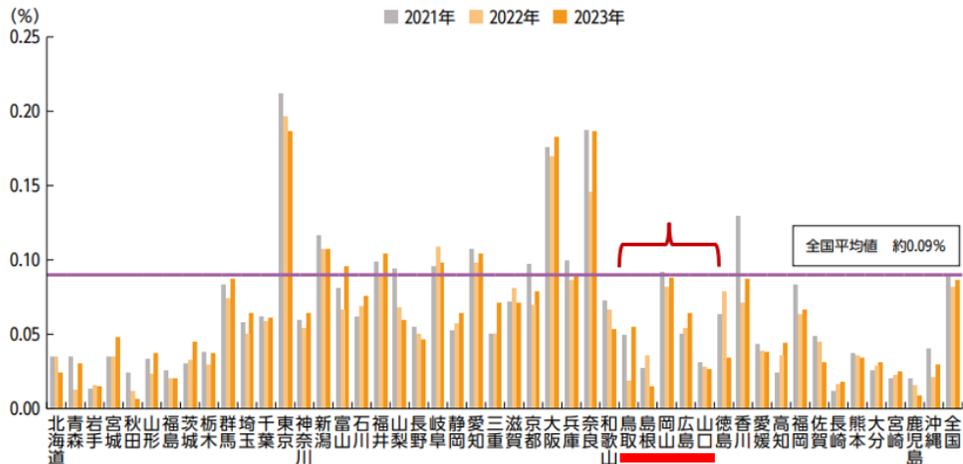
【特許出願】



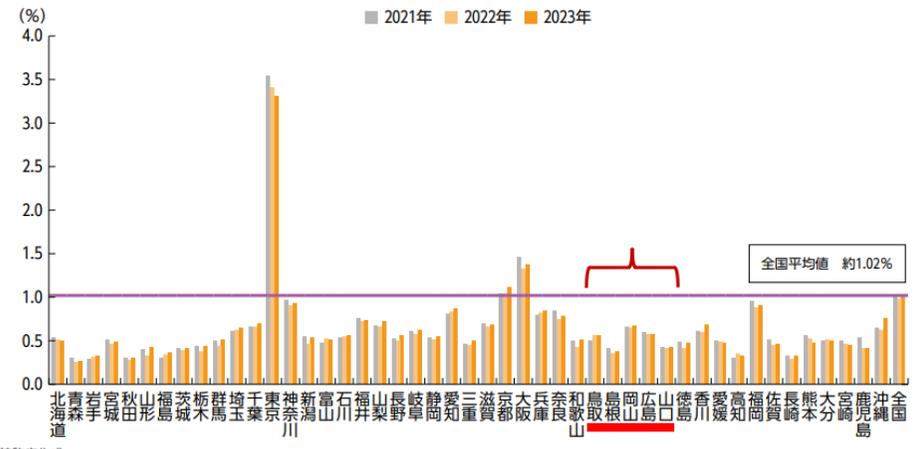
【実用新案登録出願】



【意匠登録出願】

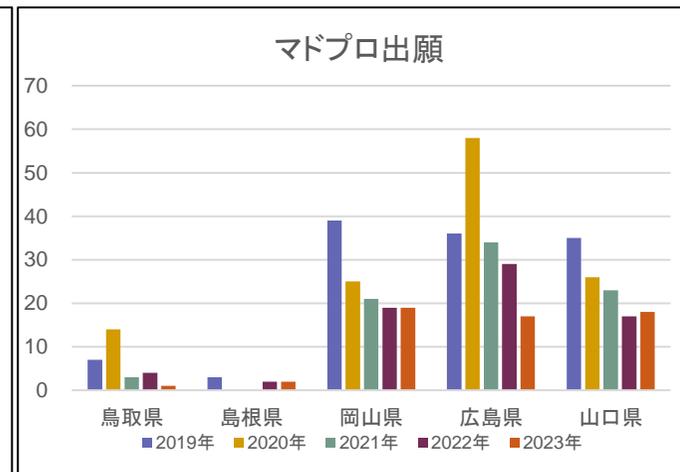
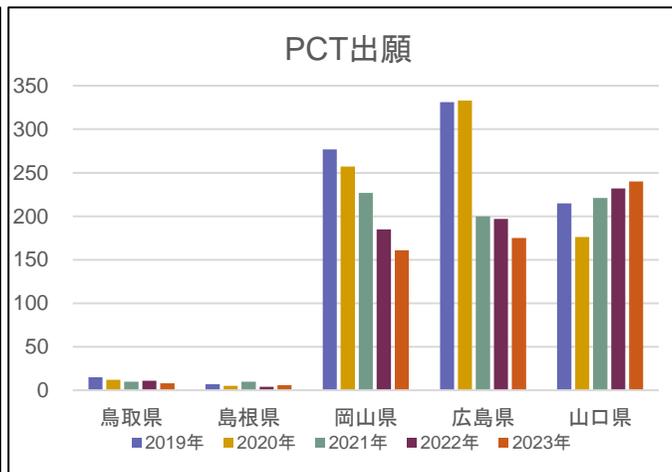
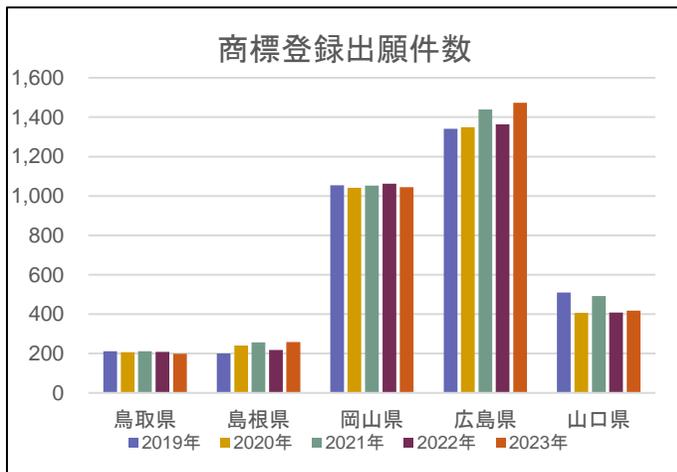
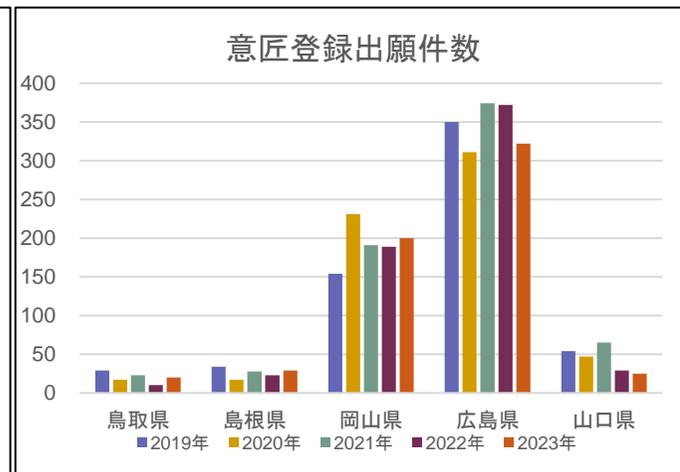
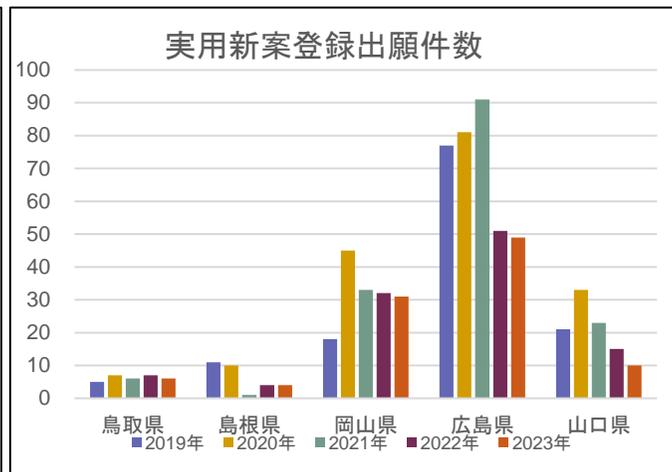
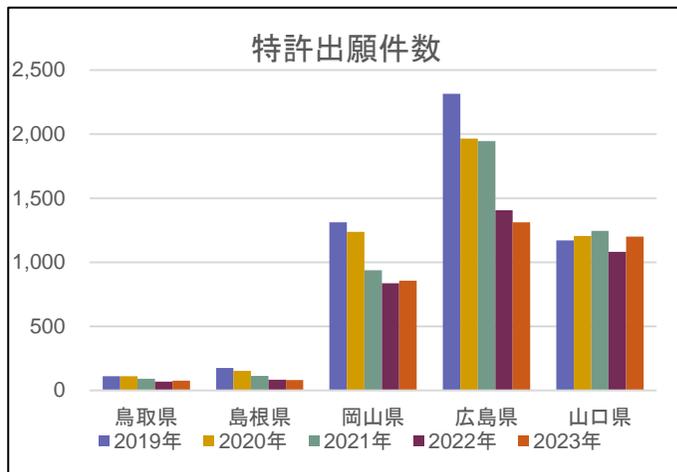


【商標登録出願】



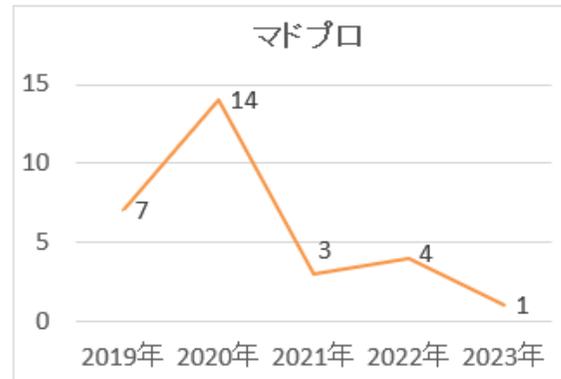
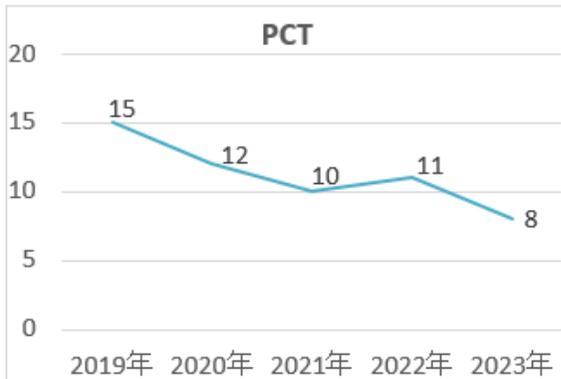
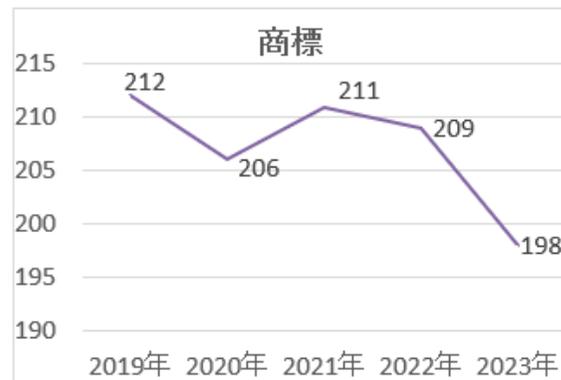
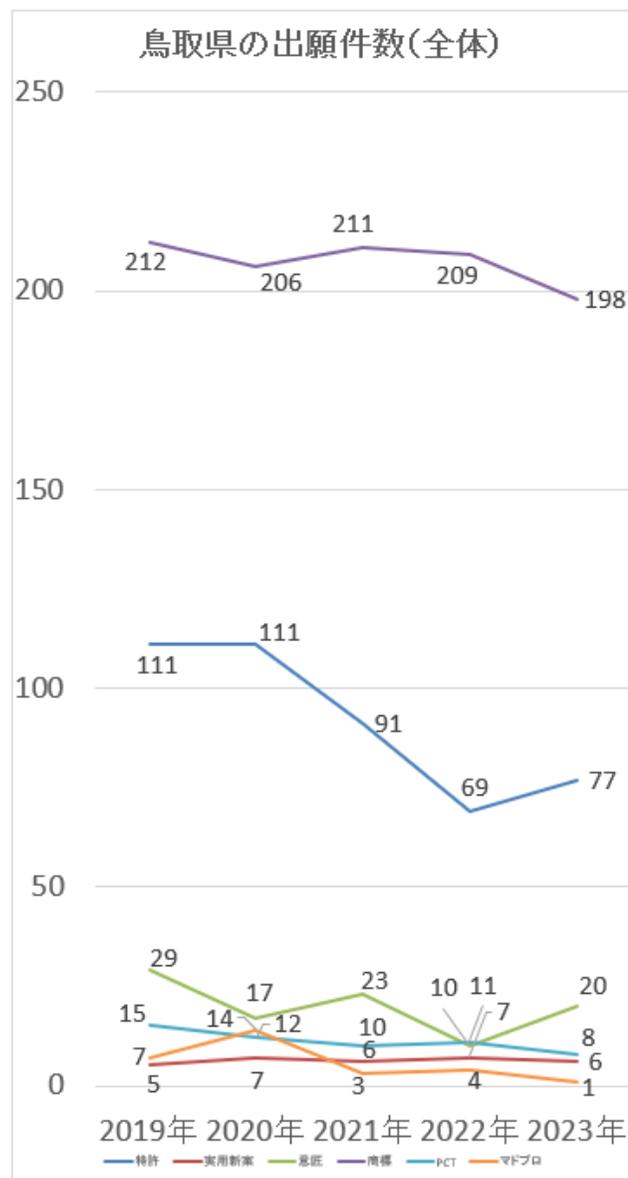
中国地域 5 県の出願件数

■ すべての出願種別において、山陽 3 県に出願件数が集中しており、山陰 2 県との件数差が大きい。

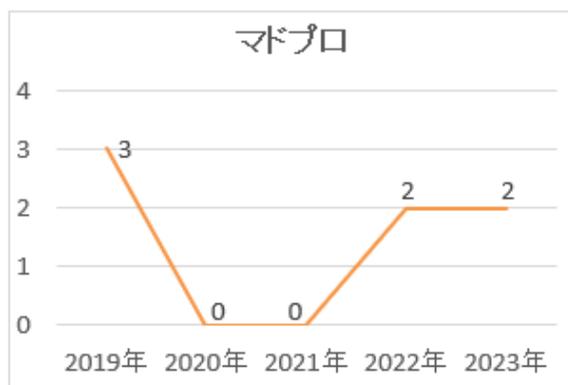
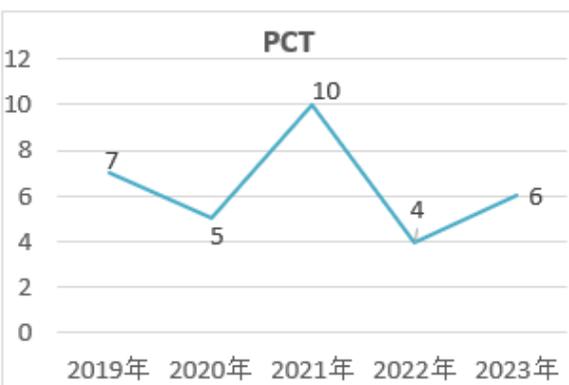
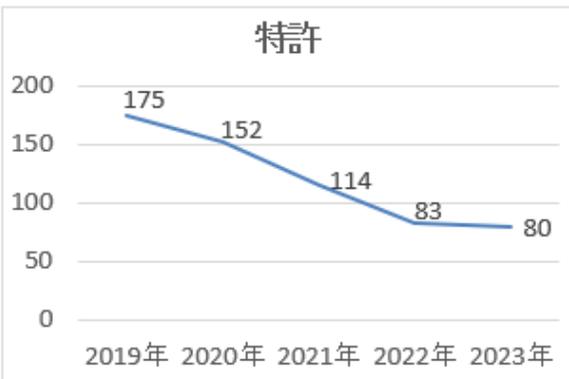
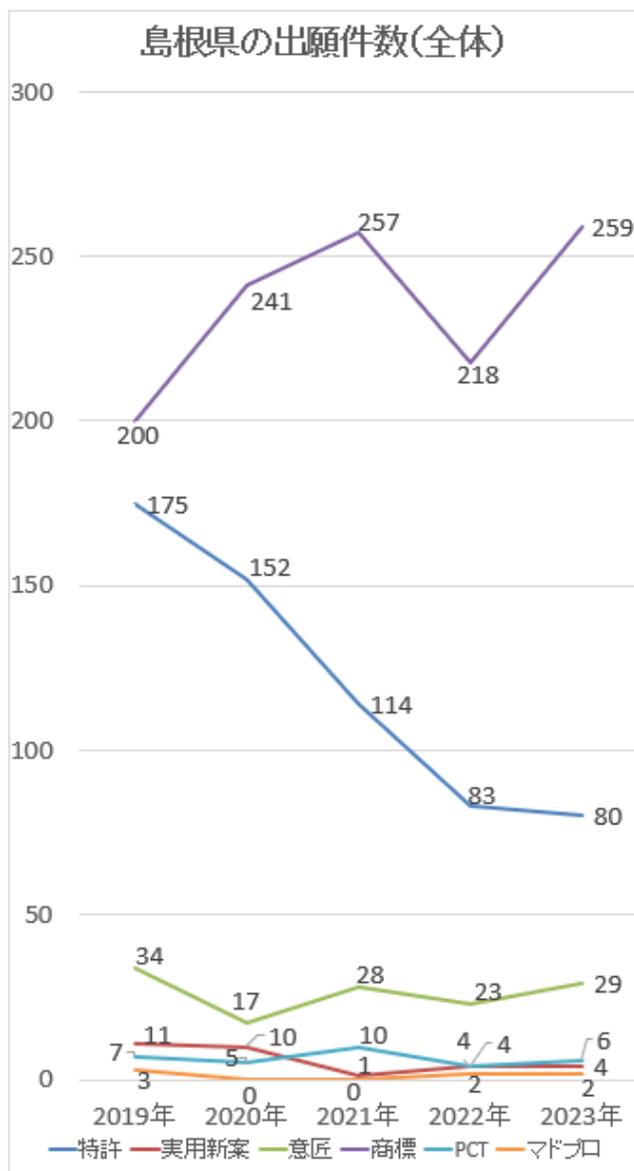


(資料) 特許行政年次報告書 (2022年版~2024版)

■鳥取県：特許、意匠は5年間で3割減少。商標は1割弱減少。PCT、マドプロの双方とも、多い時でも十数件であったが、減少。

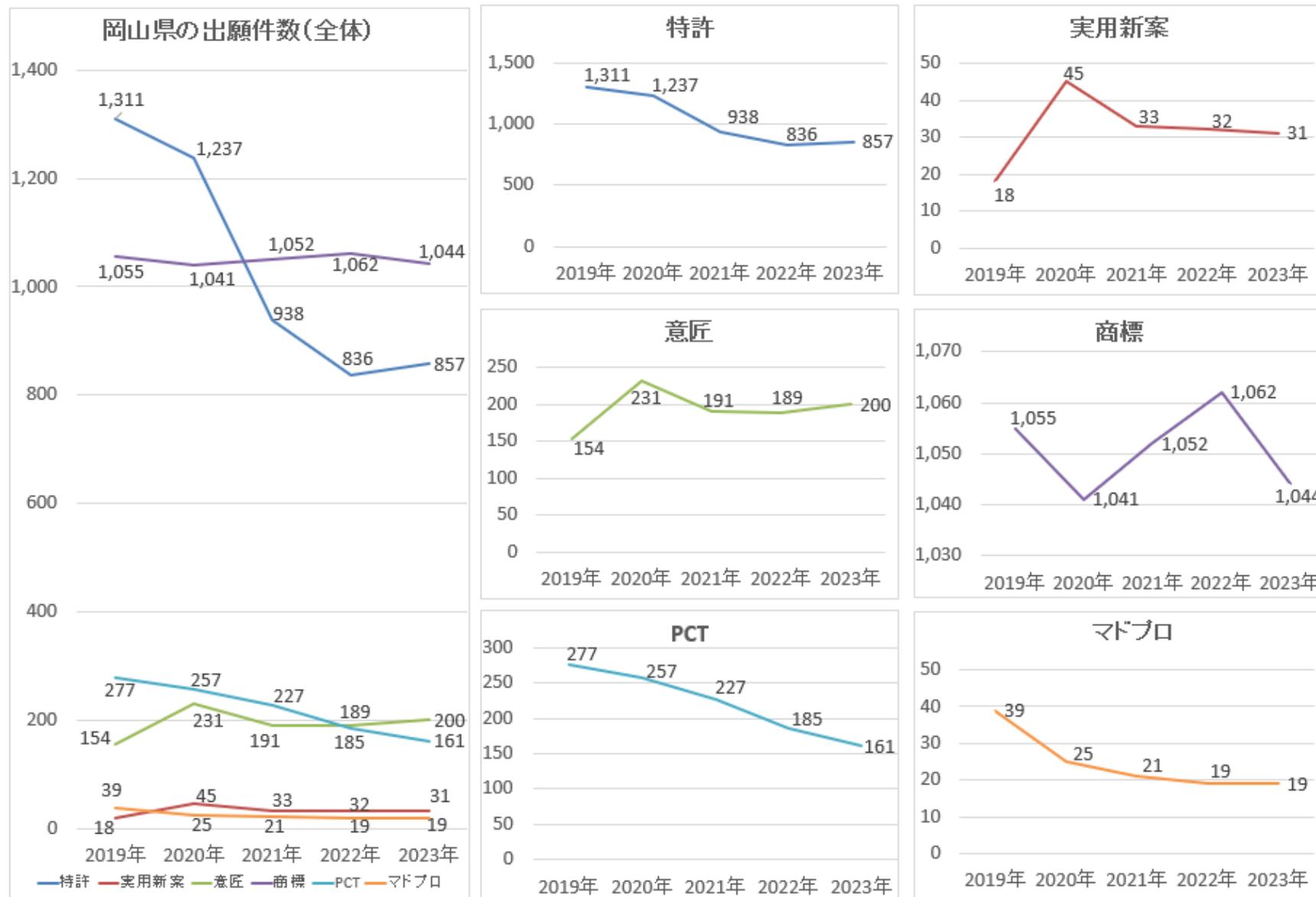


■ 島根県：特許、意匠は5年間で3割強減少、商標は3割増加。PCT、マドプロの双方とも、多い時でも十件程度だが、減少。



(資料) 特許行政年次報告書 (2022年版~2024版)

■ 岡山県：特許は5年間で4割強減少、意匠は1割弱減少、商標は1割強増加。PCT、マドプロの双方とも、4割、5割減少。

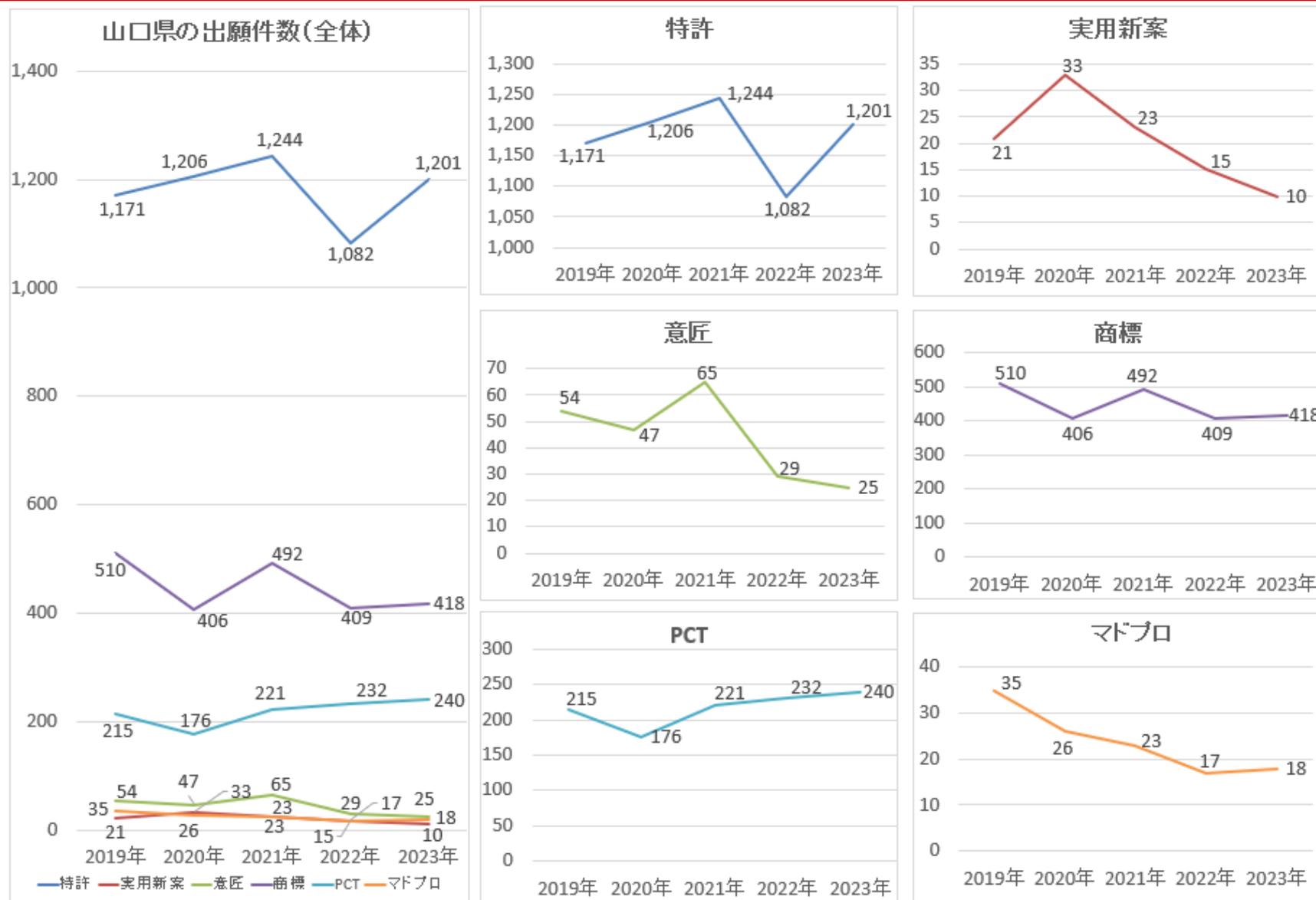


(資料) 特許行政年次報告書(2022年版~2024版)

■ 広島県：特許は5年間で3割強減少、意匠は3割弱増加、商標は横ばい。PCT、マドプロの双方とも、5割前後の減少。



■ 山口県：特許は5年間でやや増加、意匠は5割強減少、商標は2割弱減少。PCTは1割増加、マドプロは5割強減少。



4. 第3次地域知財活性化行動計画との関係について

令和6年（2024年）3月に特許庁が策定（改定）した「第3次地域知財活性化行動計画」では、3つの基本方針が示されている。中国地域においても、中国地域知的財産戦略本部として、同計画の地域展開を進める必要がある。そこで、同計画の策定・改定に合わせた形で、今後の本部としての基本方針を策定する必要がある。

「第3次地域知財活性化行動計画」の基本方針（抜粋）

基本方針1：ターゲットを意識した支援体制の構築と地域における価値創造の促進

地域の中核となる企業への支援については、より地域への浸透を意識した取組が必要である。

そこで、特許庁が実施する中小企業等への支援について、支援企業へ直接アプローチする「プッシュ型」から、自治体及び支援機関が支援している地域の中核となる企業（例えば、地域の成長を支える産業分野と密接に関連した事業を行っている中小企業等）をターゲットとする「地域掘り起こし型」への移行を図る。

基本方針2：中央と地域における中小企業に対する知財支援のシナジーの創出

地域における知財活用を加速させるためには、各経済産業局等知的財産室、自治体、地域の関係機関等による有機的な連携を通じた地域での価値創造の促進が不可欠となる。そこで、これまで実施してきた関係機関同士の「連携のネットワークの強化」をより一層図り、知財を中心とした企業支援の広がりや深化を加速させていくことを目指す。

基本方針3：KPI(重要成果指標・アウトプット)の設定・共有と支援施策への活用

中央では、KPI（中央 KPI）を設定・推進するとともに、「中小企業・スタートアップの知財活用促進に向けたアクションプラン」による具体的な取組を推進する。中央 KPI の基幹指標として設定する中小企業等への支援では、関係機関との連携による支援の実施に加え、支援後の結果分析まで実施し、その分析結果を地域にフィードバックすることにより、知財に関する取組の地域への浸透を図る。地域では、自治体の産業振興ビジョン等を踏まえた KPI（地域 KPI）を設定・推進する。中央・地域のいずれの目標も、各関係主体が PDCA サイクルを回しながら定期的に自己検証を行い、その情報を他の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。

4. 第3次地域知財活性化行動計画との関係について

「第3次地域知財活性化行動計画」では、3つの基本方針が示されている。中国地域においても、中国地域知的財産戦略本部として、同計画の地域展開を進める必要がある。同計画の「基本方針3：KPIの設定・共有と支援施策への活用」については、中央（特許庁）及び各都道府県にKPIの設定を求めるものであることから、基本方針1及び2との対応関係については以下のように整理できる。

第3次地域知財活性化行動計画 基本方針

■ 基本方針1：ターゲットを意識した支援体制の構築と地域における価値創造の促進

地域の中核となる企業への支援については、より地域への浸透を意識した取組が必要。特許庁が実施する中小企業等への支援について、中核となる企業をターゲットとする「地域掘り起こし型」への移行を図る。

■ 基本方針2：中央と地域における中小企業に対する知財支援のシナジーの創出

関係機関同士の「連携のネットワークの強化」をより一層図り、知財を中心とした企業支援の広がりや深化を加速させていくことを目指す。

第3次計画の地域展開のため、現行の基本方針の見直しが必要

第6フェーズの基本方針

| | |
|---|---|
| <p>1 創る ～事業段階に対応した支援強化～</p> | <p>イノベーション創出を促進し、価値創出・知財活用を両輪で促し、事業段階に対応した幅広い企業活動を支援。 左記基本方針1に対応</p> |
| <p>2 つながる ～地域全体の連携強化～</p> | <p>長期的視点に立ち、地域産業特性に根ざした利活用促進のため自治体連携を強化金融機関、税理士、支援機関間の連携を更に強化。 左記基本方針2に対応</p> |
| <p>3 伝える ～ターゲットに確実に届ける普及・啓発～</p> | <p>地域・支援機関が連携した戦略的な普及・啓発施策を推進するとともに、ターゲットを明確化した効果・効率的な施策を実施。 左記基本方針1に対応</p> |
| <p>4 築く ～持続的な戦略実行に向けた基盤整備～</p> | <p>長期的に知財分野の人材を育成し、短期的には、課題解決を専門的に行う外部人材との連携を強化。 支援機関の体制整備も進める。 左記基本方針2に対応</p> |

5. 産業競争力強化法の改正との関係について

令和6年（2024年）5月、新たな事業の創出及び産業への投資を促進することを目的とした「産業競争力強化法」が改正、同年9月に施行された。同法では、新たに「中堅企業」に対して政策的に支援することが明確に位置づけられたため、新たな基本方針においても、これを踏まえた内容とする必要がある。

中堅企業者への集中支援の枠組み構築

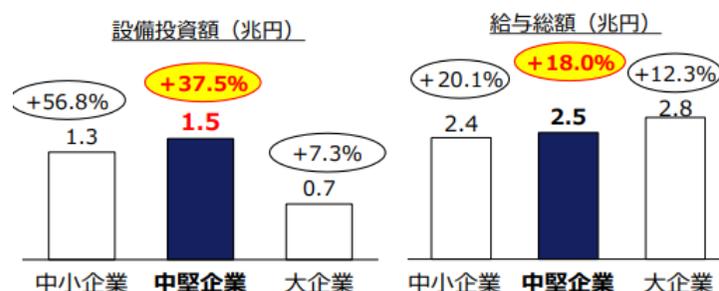
- 産業競争力強化法において、中小企業者を除く従業員数2,000人以下の企業を「**中堅企業者**」と定義。
- さらに、**積極的に賃上げやリスクを取った投資等を行う成長意欲の高い中堅企業を「特定中堅企業者」として定義**し、設備投資やM&Aを促進する税制措置等を講じ、国内経済の成長と新陳代謝を促進する。

背景・課題

中堅企業の 国内経済 への貢献

- ・中堅企業は、**大企業を超える国内売上・投資や給与総額等の伸び**があり、国内経済に大きく貢献。
- ・他方、中小企業政策の対象外として大手と同列の大企業と位置付けられ、**中堅企業の課題に応じた措置が講じられて来なかった。**

中小・中堅・大企業の10年間の伸び額・率



産業競争力強化法の一部改正

常用従業員数2,000人以下の会社等（中小企業者を除く）を「**中堅企業者**」、賃金水準が高く国内投資に積極的な中堅企業者を「**特定中堅企業者**」*として新たに定義し、以下を措置。

*主務省令で基準を規定

- ① 特定中堅企業者・中小企業者が特別事業再編を行う場合（複数M&Aを行う計画認定スキーム）
 - **中堅・中小グループ化税制**（損失準備金制度を拡充し、**株式取得額の最大100%・10年間を積立可能**）
 - 日本政策金融公庫による金融支援
- ② 特定中堅企業者が事業再編を行う場合
 - 知財管理に関するINPITの助言・助成
 - 日本政策金融公庫による金融支援

※別途、地域未来投資促進法に基づく承認を受けた特定中堅企業者向けに、**設備投資減税を拡充（最大6%の税額控除）**

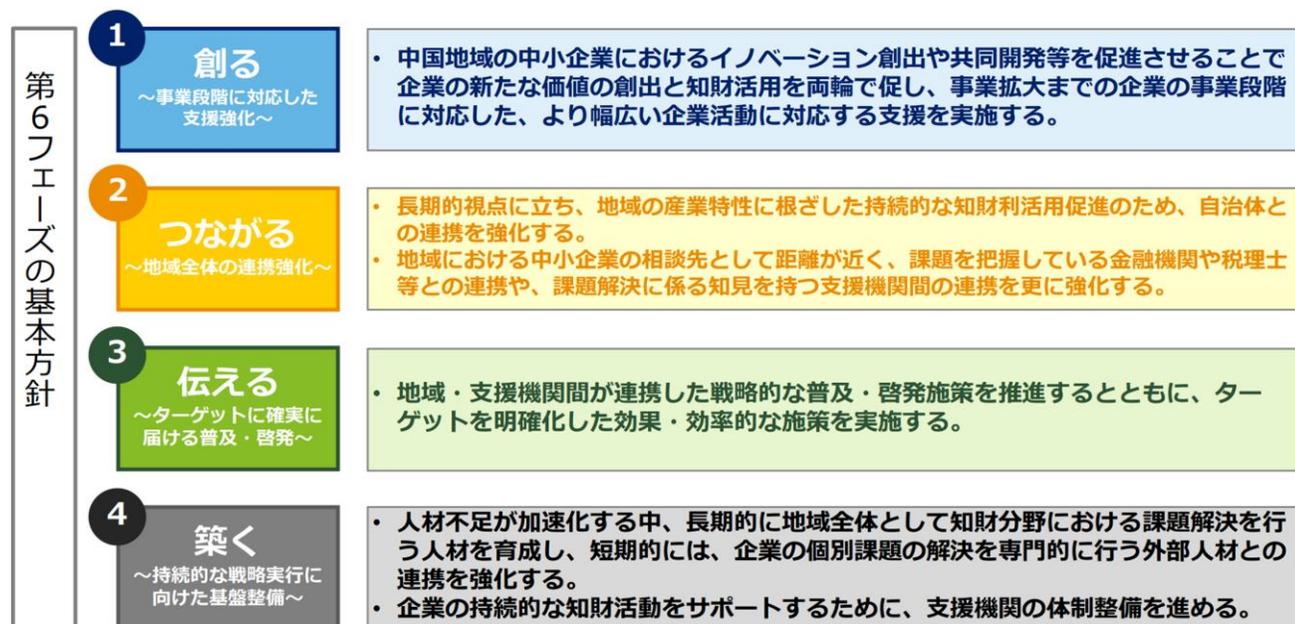
6. 中国地域知的財産戦略本部 基本方針 見直しのための検討プロセス

- 中国地域における知的財産戦略の推進を目的とした中国地域知的財産戦略本部は、平成17（2005）年度の設置以降、中長期的な「基本方針」を定め、各事業年度ごとに知的財産関連の施策を実施してきた。
- 現在の第6フェーズの基本方針では、令和2（2020）年度に策定した「①創る」「②つながる」「③伝える」「④築く」の4本柱を基に知的財産関連施策を実施。
- そこで、これらの基本方針に基づく知財関連施策に対する評価（現状や課題）を文献調査やヒアリング調査によって把握し、さらには、今後の方向性についても、前述の検討ワーキングで議論を行った。

中国地域知的財産戦略本部の 基本方針のフェーズ

- 第1フェーズ：立ち上げ期
（平成17～18年度）
- 第2フェーズ：普及・発展期
（平成19～21年度）
- 第3フェーズ：活動強化期
（平成22～25年度）
- 第4フェーズ：活動定着期
（平成26～28年度）
- 第5フェーズ：活用啓発期
（平成29年度～令和元年度）
- 第6フェーズ：体制強化期
（令和2年度～）

中国地域知的財産戦略本部（令和2年度～）における知的財産戦略・施策の基本方針



6. 中国地域戦知的財産戦略本部基本方針 見直しのための検討プロセス 基本方針①「創る」

1

創る

～事業段階に対応した支援強化～

中国地域の中小企業におけるイノベーション創出や共同開発等を促進させることで企業の新たな価値の創出と知財活用を両輪で促し、事業拡大までの企業の事業段階に対応した、より幅広い企業活動に対応する支援を実施する。

主な施策

現状・課題

方向性

◆イノベーション創出のための支援

- 支援者、起業家等に知財の基礎、知財の活用事例、知財戦略等に関する知識を提供するためのセミナーを実施。
- ベンチャー企業や中小企業等の経営者層を対象に「デザイン経営」や知的財産に関する理解促進を図るためのセミナー、ワークショップ、個別相談会を開催。
- 地域未来牽引企業を対象に、知財戦略・知財管理に関する素養を身につける機会と、企業の継続成長に向けた経営戦略（成長戦略）策定及びそれを踏まえた知財戦略や次世代人材戦略の検討機会を提供するため、ワークショップ等を開催。

◆研究開発のための支援

- 高度な技術力と成長志向を持つものづくり中小企業に対し、当該企業のコア技術や成長ビジョン等と関わりが深いニーズやシーズを掘り起こし、親和性の高いパートナーとのマッチングを実施。
- 金融機関を核とした「オンライン産学官連携プラットフォーム」を構築。WE B会議を活用したオンラインコーディネートを実施し、中小企業等に対し、支援機関の紹介・取次ぎ・マッチングを実施。

◆商品化・事業化のための支援

- 地域団体商標を活用したブランドプロモーション及びEC活用実態調査、検討会等の実施。

- （各地域で）オープンイノベーションに取り組んでいる。（教育機関、支援機関、金融機関、弁護士、大企業）
- 知財全般、商標、意匠、侵害防止策の両面。補助金、助成金のニーズは高い。（支援機関）
- 大学の特許は使いづらいため、ニーズとシーズのマッチングだけではうまくいかない。（教育機関）
- 大学発ベンチャーが生まれているが、大学の知財支援機能は不十分。（教育機関、スタートアップ）
- 金融機関主導での知財活用ができていない。（金融機関、大企業）
- 企業成長に必要な知財人材の確保・育成が難しい。（支援機関、中小企業、金融機関、弁護士、大企業）
- 企業マッチングの活動に制約がある。（支援機関）

- オープンイノベーションの成果を社会実装につなげる機能強化（教育機関、支援機関、金融機関、商工会議所）
- 大学の知財支援機能の強化、大学のシーズを試作品又はプロトタイプにするような支援（教育機関、支援機関）
- 下請け企業からの脱却による自社ブランドビジネスの展開（大企業、支援機関、中堅企業）
- 金融機関における知財活用の推進（金融機関、大企業）
- 企業成長戦略に不可欠な知財人材の確保・育成（大企業）
- 中小企業支援において専門家が手を動かすための費用を国が補助できる制度（弁護士会）
- 同じ悩みを抱えている複数の中小企業に対して課題解決のワークショップを実施（弁護士会）

見直しの方向性

産学金官などの地域の多様なステークホルダーによるオープンイノベーションを促進するとともに、個々の企業が環境変化に打ち勝つための新たな取組を支援し、それらの成果を社会実装するために、事業段階に応じた企業活動を支援する。

基本方針②「つながる」

2

つながる

～地域全体の連携強化～

長期的視点に立ち、地域の産業特性に根差した持続的な知財活用促進のため、自治体との連携を強化する。地域における中小企業の相談先として距離が近く、課題を把握している金融機関や税理士等との連携や、課題解決に係る知見を持つ支援機関間の連携を更に強化する。

主な施策

現状・課題

方向性

◆自治体等との連携強化

- ・ 特許庁、中国経済産業局、INPIT、各県知財総合支援窓口 (INPIT)代表者等が一堂に会する「地域・中小企業の知財支援に係る連絡会議」の開催。
- ・ 各公設試の知的財産に関する管理・活用の向上と担当者ネットワークの強化を目的として、研究会を開催。

◆支援機関間の更なる連携強化

- ・ 備北信用金庫と連携した経営デザインシートの紹介。
- ・ 山口県内の中小企業診断士を対象に、知財の基礎知識並びに事例紹介及び経営デザインシートの活用方法について勉強会を実施。また、勉強会を受講した中小企業診断士及び弁理士をペアとして、経営デザインシートを活用した企業支援を実施。

- ・ オープンイノベーションを進めるため、産学官による体制づくりが地域において進められている。(教育機関、支援機関、金融機関、弁護士、大企業)
- ・ 支援機関同士の集まる場を作り、知財や契約を含めて、そこで知財のテーマをとりあげることが必要。(支援機関)
- ・ 経営相談は、商工会議所・商工会や金融機関に持ち込まれるため、そこで、知財に関する「感度」を持ってもらえると良い。(支援機関)
- ・ 他の支援機関が何をどこまで支援できるかわからない。(支援機関)
- ・ 商工会議所を加えた「4者連携」については、十分に認識されていない。同様に知財経営支援ネットワークについても、実際の活動はこれから。(商工会議所、支援機関)
- ・ 金融機関との連携については、包括連携協定を締結した窓口があるが、本格的な活動はこれから。(金融機関、支援機関)

- ・ 連携する関係を維持・強化するには、継続して地道に活動することが必要。(支援機関)
- ・ 各支援機関が解決した事例がわかれば具体的な企業に提案することができるようになる。支援機関同士の集まる場を作り、その中で知財や契約などをテーマについても情報提供することが必要。(支援機関)
- ・ 地域知財経営支援ネットワークには、多くの支援機関や産学の多様なプレイヤーが関与しているため、このネットワークを軸に知財に関する支援のつながりを拡大する。(有識者)
- ・ 中国経済産業局から地域(県単位)での知財戦略を推進するための施策を実施してもらえると良い。(支援機関)
- ・ 機関連携によって知財法務に対応できることが伝わると良い。(弁護士会)

見直しの方向性

地域の産業特性を踏まえて、地域における支援機関や産学の多様なプレイヤーのネットワークを構築する。また、地方創生や産業活性化に取り組む自治体政策との連携を強化する。

基本方針③「伝える」

3

伝える

～ターゲットに確実に届ける普及・啓発～

地域・支援機関間が連携した戦略的な普及・啓発施策を推進するとともに、ターゲットを明確化した効果・効率的な施策を実施する。

主な施策

現状・課題

方向性

- ◆中国地域全体での知財の普及・啓発
 - ・ ホームページ及びメルマガジン（月2回程度）で、特許庁や経産局、支援機関が実施するセミナー情報の他、有益な施策情報等について情報発信。
- ◆知財活用の情報発信
 - ・ 中国地域において先進的な知財活用を実践する企業の取組や、陥りがちな失敗事例から見える教訓などを、インタビューやコミカルなイラスト等を用いて映像化。Webサイトで発信。
- ◆企業の状況を踏まえた情報発信
 - ・ 令和6年度 つながる特許庁 in 松江
 - ・ 令和4年度 つながる特許庁 in 広島
 - ・ 「もうけの花道」を活用したセミナーを複数回開催。
 - ・ 中小企業支援者と研修担当のためのオンラインセミナーの開催。
- ◆セミナー等への参加が困難な企業等の現状を踏まえた情報発信
 - ・ 各支援機関のウェブやメルマガ、情報誌など既存の情報発信ツールを活用。また、個別訪問などにより地域企業を掘り起こし、効果的な情報提供を行うことで、支援施策の活用促進を図った。

- ・ 企業の知財に対する意識をどう高めていくかというところがまず必要。（支援機関、弁理士）
- ・ 普及啓発は、世代交代が進み企業の環境も変わるとため、地道に続けていくことが重要。（支援機関）
- ・ 経営層や事業の責任者向けに、知財は避けて通れないことを理解してもらうことが必要であり、企業のトップ層が理解すると対策が進む。（大企業、弁理士）
- ・ 充実した知財に関する支援制度があることが知られていない。（大企業）
- ・ 知財に関する支援機関の存在を知らない企業も結構あるので、どのようにアピールするかが重要。（大企業）

- ・ 知財に対する意識を持っていない層を発掘するための工夫が必要。（支援機関）
- ・ 知財の普及啓発動画「もうけの花道」のストックがあり、活用できるとよい。（弁理士）
- ・ 企業の知財に対する意識を高めるためには、地道に継続することが必要。（支援機関）
- ・ 経営層や事業の責任者向けに、知財は避けて通れないことを理解してもらうと対策が進むため、経営層への啓発に取り組む。（大企業、弁理士）
- ・ 今後、普及啓発するテーマとしては戦略法務がある。（弁理士、弁護士会）
- ・ 充実した知財に関する支援制度や支援窓口の存在のアピールも継続する。（大企業）
- ・ 支援機関の内部の職員に対して、知財に対する理解を深めてもらい、そこからより多くの企業に普及させていく。（支援機関、商工会議所）

見直しの方向性

普及・啓発については、企業や人材の入れ替わりもあるため、ターゲットを明確にしつつ、基礎的な内容から高度な内容まで、継続的に取り組むことが重要。同様に、支援機関の担当者に対する普及啓発も重要。

基本方針④「築く」

4

築く

～持続的な戦略実行に向けた基盤整備～

人材不足が加速化する中、長期的に地域全体として知財分野における課題解決を行う人材を育成し、短期的には、企業の個別課題の解決を専門的に行う外部人材との連携を強化する。
企業の持続的な知財活動をサポートするために、支援機関の体制整備を進める。

主な施策

現状・課題

方向性

- ◆地域における知財人材の育成
 - ・ 知的財産管理技能士育成セミナーの実施
- ◆外部人材の活用
 - ・ベンチャー企業や中小企業等の経営者層を対象に「デザイン経営」や知的財産に関する理解促進を図るためのセミナー、ワークショップ、個別相談会を開催。
 - ・ 知的財産を活用した伴走型支援事業を通してのデザイナーと企業とのマッチング
- ◆アフターフォロー体制の整備
 - ・ 各県INPIT知財総合支援窓口主催による、県・経産局・支援機関を参加メンバーとする連携会議（年2回開催）にてモデルケース事例等を共有

- ・ 支援機関の中での知財教育をすることによって、支援に結び付けることが必要。（支援機関）
- ・ 知財人材をどう確保するのか、育てていくのが非常に重要。（弁護士会）
- ・ 個別の企業の状況に応じたハンズオン支援をしなければ、社内での知財人材を育てていることは難しい。（弁護士、弁理士）
- ・ 社員向けに知財オンライン教育に補助を出し、人材育成のモチベーションを高めている。（中小企業、中堅企業）
- ・ 新入社員に対する研修プログラムに知財に関するコマを設けている。（中小企業）
- ・ 支援機関、大学などにおいて知財専門人材の確保が難しい。（支援機関、教育機関）
- ・ 企業における知財人材の確保が難しい。（金融機関、中小企業、中堅企業）

- ・ 工業高校・高専に加えて、普通高での知財教育の推進。（教育機関、支援機関、大企業）
- ・ 知財専門家人材育成のための知財コンサルティング事業の実施。（弁護士、弁護士会）
- ・ 中小企業を含めた、企業内の知財人材の育成への支援の強化。（大企業）
- ・ 大企業知財部門出身者をプールした人材バンクの創設。（大企業、有識者）
- ・ 具体的なテーマでの課題解決型のワークショップによる研修の実施。（弁護士会、教育機関、有識者、金融機関）
- ・ 社内人材育成制度に対する支援施策の検討。（弁理士）
- ・ 個々の企業で対応が難しい社内人材教育を企業横断型で実施。（弁理士）

見直しの方向性

企業や人材の入れ替わりもあるため、知財分野の人材育成には継続的に取り組むことが重要。地域内の知財教育ノウハウや映像コンテンツを活用していく。支援機関における人材確保も重要となっている。

7. 中国地域知的財産戦略本部の基本方針

■これまでの検討結果から、中国地域知的財産戦略本部における新しい基本方針については、以下に示す4つとする。そして、今後は、同本部における検討結果に基づき知的財産関連施策を実施する。

■また、知的財産関連施策は、一定期間の継続的な実施をすることで、効果を発揮する側面がある。その一方で、国の施策動向や内外の社会経済環境が数年度に大きく変化する可能性も踏まえて、基本方針については、令和7（2025）年度以降、5か年をめぐりに再度見直すこととする。

中国地域知的財産戦略本部の基本方針（案）

| | | | |
|---|-------------|--------------------------------|--|
| 1 | 価値創造 | イノベーション創出支援、事業段階に対応した支援 | 地域内外の多様な属性の企業を巻き込んだオープンイノベーション、産学金官連携による価値創出・知財活用を両輪で促すとともに、事業段階に対応した幅広い企業活動を支援。 |
| 2 | 連携強化 | 地域知財経営支援ネットワークの深化、充実、自治体との連携強化 | 地域知財経営支援ネットワークを深化、充実させるため、支援機関、専門家（士業等）、金融機関の連携を強化するとともに、長期的視点に立ち、地域産業特性に根ざした利活用促進のため自治体連携を強化。 |
| 3 | 普及啓発 | 新たな支援対象も含むターゲットに確実に届ける普及・啓発 | 地域・支援機関が連携した戦略的な普及・啓発施策を推進するとともに、中堅企業、中小企業、スタートアップ等のターゲットが明確な施策を対象者に確実に届ける。支援機関の経営指導員、担当者に対する知財への理解浸透。 |
| 4 | 人材育成 | 持続的な戦略実行に向けた人材育成と基盤整備 | 長期的に知財分野の人材を育成し、短期的には、課題解決を専門的に行う外部人材との連携を強化。蓄積された知財教育ノウハウ・映像コンテンツを地域内外に展開。 |

(参考) 現行の基本方針と新たな基本方針との比較

| 現行の基本方針 | | | |
|---------|----------------------------|--|--|
| 1 | 創る ～事業段階に対応した支援強化～ | <ul style="list-style-type: none"> 中国地域の中小企業におけるイノベーション創出や共同開発等を促進させることで企業の新たな価値の創出と知財活用を両輪で促し、事業拡大までの企業の事業段階に対応した、より幅広い企業活動に対応する支援を実施する。 | |
| 2 | つながる ～地域全体の連携強化～ | <ul style="list-style-type: none"> 長期的視点に立ち、地域の産業特性に根ざした持続的な知財利活用促進のため、自治体との連携を強化する。 地域における中小企業の相談先として距離が近く、課題を把握している金融機関や税理士等との連携や、課題解決に係る知見を持つ支援機関間の連携を更に強化する。 | |
| 3 | 伝える ～ターゲットに確実に届ける普及・啓発～ | <ul style="list-style-type: none"> 地域・支援機関間が連携した戦略的な普及・啓発施策を推進するとともに、ターゲットを明確化した効果・効率的な施策を実施する。 | |
| 4 | 築く ～持続的な戦略実行に向けた基盤整備～ | <ul style="list-style-type: none"> 人材不足が加速化する中、長期的に地域全体として知財分野における課題解決を行う人材を育成し、短期的には、企業の個別課題の解決を専門的に行う外部人材との連携を強化する。 企業の持続的な知財活動をサポートするために、支援機関の体制整備を進める。 | |
| 新たな基本方針 | | | 現行の基本方針からの主な変更点 |
| 1 | 価値創造 | <p>イノベーション創出支援、事業段階に対応した支援</p> <p>地域内外の多様な属性の企業を巻き込んだオープンイノベーション、産学官連携による価値創出・知財活用を両輪で促すとともに、事業段階に対応した幅広い企業活動を支援。</p> | <ul style="list-style-type: none"> イノベーション創出の主たる支援対象を中小企業以外にも拡大。 オープンイノベーションの概念を追加。 産学官金等との連携によるイノベーション、知財活用について言及。 |
| 2 | 連携強化 | <p>地域知財経営支援ネットワークの深化、充実、自治体との連携強化</p> <p>地域知財経営支援ネットワークを深化、充実させるため、支援機関、専門家（士業等）、金融機関の連携を強化するとともに、長期的視点に立ち、地域産業特性に根ざした利活用促進のため自治体連携を強化。</p> | <ul style="list-style-type: none"> 地域知財経営支援ネットワークについて追加。 連携の対象として知財の専門家（弁理士をはじめとする各種士業等）を追加。 |
| 3 | 普及啓発 | <p>新たな支援対象も含むターゲットに確実に届ける普及・啓発</p> <p>地域・支援機関が連携した戦略的な普及・啓発施策を推進するとともに、中堅企業、中小企業、スタートアップ等のターゲットが明確な施策を対象者に確実に届ける。支援機関の経営指導員、担当者に対する知財への理解浸透。</p> | <ul style="list-style-type: none"> 主たる支援対象を明確化（中堅企業・中小企業・スタートアップ等を明記）。 （企業だけでなく）支援機関の担当者に対しても知財の理解浸透の取組を行う旨を明記。 |
| 4 | 人材育成 | <p>持続的な戦略実行に向けた人材育成と基盤整備</p> <p>長期的に知財分野の人材を育成し、短期的には、課題解決を専門的に行う外部人材との連携を強化。蓄積された知財教育ノウハウ・映像コンテンツを地域内外に展開。</p> | <ul style="list-style-type: none"> 教育機関が有する知財教育のノウハウや中国経済産業局が有するコンテンツを地域内外に展開する旨を追加。 |

7. 中国地域知的財産戦略本部の基本方針 概要とアクション（例）

| | | |
|--|---|--|
| <p style="text-align: center;">1</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">価値創造</p> | <p>地域内外の多様な属性の企業を巻き込んだオープンイノベーション、産学金官連携による価値創出・知財活用を両輪で促すとともに、事業段階に対応した幅広い企業活動を支援。</p> | |
| | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>【基本方針の概要】</p> <p>産学金官などの地域の多様なステークホルダーによるオープンイノベーションの取組が促進されており、それらの成果を知財面から支援・活用することで、社会実装し、地域企業のビジネスにつなげ、企業の成長支援、地域産業の課題解決を進めていく。</p> <p>また、研究開発、商品化・事業化等の社会実装、その後の事業拡大の局面における海外展開、ブランディングなど、すべての企業の事業段階に対応した支援を行う。</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>【アクション例】</p> <p>（オープンイノベーションによる成果創出） 社会実装につなげる機能強化、例えば、大学の知財支援機能の強化、大学のシーズを試作品又はプロトタイプにするような支援 （中小企業の成長支援） 自社ブランドビジネスの取組支援 中小企業の海外展開支援 企業成長戦略に不可欠な知財人材の確保・育成 （専門家による課題解決型ワークショップ） 共通の課題を抱えている複数の中小企業に対する課題解決型ワークショップの実施</p> </td> </tr> </table> | <p>【基本方針の概要】</p> <p>産学金官などの地域の多様なステークホルダーによるオープンイノベーションの取組が促進されており、それらの成果を知財面から支援・活用することで、社会実装し、地域企業のビジネスにつなげ、企業の成長支援、地域産業の課題解決を進めていく。</p> <p>また、研究開発、商品化・事業化等の社会実装、その後の事業拡大の局面における海外展開、ブランディングなど、すべての企業の事業段階に対応した支援を行う。</p> |
| <p>【基本方針の概要】</p> <p>産学金官などの地域の多様なステークホルダーによるオープンイノベーションの取組が促進されており、それらの成果を知財面から支援・活用することで、社会実装し、地域企業のビジネスにつなげ、企業の成長支援、地域産業の課題解決を進めていく。</p> <p>また、研究開発、商品化・事業化等の社会実装、その後の事業拡大の局面における海外展開、ブランディングなど、すべての企業の事業段階に対応した支援を行う。</p> | <p>【アクション例】</p> <p>（オープンイノベーションによる成果創出） 社会実装につなげる機能強化、例えば、大学の知財支援機能の強化、大学のシーズを試作品又はプロトタイプにするような支援 （中小企業の成長支援） 自社ブランドビジネスの取組支援 中小企業の海外展開支援 企業成長戦略に不可欠な知財人材の確保・育成 （専門家による課題解決型ワークショップ） 共通の課題を抱えている複数の中小企業に対する課題解決型ワークショップの実施</p> | |
| <p style="text-align: center;">2</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">連携強化</p> | <p>地域知財経営支援ネットワークを深化、充実させるため、支援機関、専門家（士業等）、金融機関の連携を強化するとともに、長期的視点に立ち、地域産業特性に根ざした利活用促進のため自治体連携を強化。</p> | |
| | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>【基本方針の概要】</p> <p>知財経営支援のコアとなる経済産業局・特許庁、中小企業庁、INPIT、弁理士会（地域会）が、知財経営支援のワンストップサービスを提供するとともに、商工会議所、金融機関、専門家、支援機関などの地域の多様な関係者が含まれる、地域知財経営支援ネットワークの連携を強化する。</p> <p>地域産業の特性を踏まえ、長期的な視点で地域産業の活性化に取り組む、自治体の施策・事業との連携を強化する。</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>【アクション例】</p> <p>（地域知財経営支援ネットワークの活用） 地域知財経営支援ネットワークを軸に知財に関する支援のつながりを拡大する。</p> <p>（支援機関連携強化の具体策の展開） 支援機関同士の連携を深めるために、具体的な課題解決の事例を共有し、相互に支援内容に対する理解を深める。その上で、知財や契約などのテーマについても、情報提供する。</p> </td> </tr> </table> | <p>【基本方針の概要】</p> <p>知財経営支援のコアとなる経済産業局・特許庁、中小企業庁、INPIT、弁理士会（地域会）が、知財経営支援のワンストップサービスを提供するとともに、商工会議所、金融機関、専門家、支援機関などの地域の多様な関係者が含まれる、地域知財経営支援ネットワークの連携を強化する。</p> <p>地域産業の特性を踏まえ、長期的な視点で地域産業の活性化に取り組む、自治体の施策・事業との連携を強化する。</p> |
| <p>【基本方針の概要】</p> <p>知財経営支援のコアとなる経済産業局・特許庁、中小企業庁、INPIT、弁理士会（地域会）が、知財経営支援のワンストップサービスを提供するとともに、商工会議所、金融機関、専門家、支援機関などの地域の多様な関係者が含まれる、地域知財経営支援ネットワークの連携を強化する。</p> <p>地域産業の特性を踏まえ、長期的な視点で地域産業の活性化に取り組む、自治体の施策・事業との連携を強化する。</p> | <p>【アクション例】</p> <p>（地域知財経営支援ネットワークの活用） 地域知財経営支援ネットワークを軸に知財に関する支援のつながりを拡大する。</p> <p>（支援機関連携強化の具体策の展開） 支援機関同士の連携を深めるために、具体的な課題解決の事例を共有し、相互に支援内容に対する理解を深める。その上で、知財や契約などのテーマについても、情報提供する。</p> | |

7. 中国地域知的財産戦略本部の基本方針 概要とアクション（例）

| | | |
|--|---|--|
| <p style="text-align: center;">3</p> <p style="text-align: center;">普及啓発</p> | <p>地域・支援機関が連携した戦略的な普及・啓発施策を推進するとともに、中堅企業、中小企業、スタートアップ等のターゲットが明確な施策を対象者に確実に届ける。支援機関の経営指導員、担当者に対する知財への理解浸透。</p> | |
| | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="217 368 1098 796"> <p>【基本方針の概要】</p> <p>幅広い支援機関が連携することによって、知財に関する理解や取組をより多くの企業に普及啓発する。そのためには支援機関内部での普及啓発も重要となる。加えて、既存の動画コンテンツのストックを活用することなど、知財意識のない層や企業の経営層など、対象者を意識した戦略的な普及啓発を行う。</p> <p>特に、中堅企業、中小企業、スタートアップ等、ターゲットが明確な施策については、それを確実に届けるための工夫を行う。</p> </td> <td data-bbox="1098 368 1999 796"> <p>【アクション例】</p> <p>（裾野の拡大・経営層への啓発） 知財意識のない層へのアプローチに「もうけの花道」のストックを活用。経営層や事業責任者をターゲットとして、知財は避けて通れないことを理解してもらうための啓発活動。</p> <p>（支援制度・支援窓口に対する理解増進） 充実した知財に関する支援制度や支援窓口の存在のアピールも継続する。支援機関の内部の職員に対する普及啓発を通じて、より多くの企業に普及させていく。</p> </td> </tr> </table> | <p>【基本方針の概要】</p> <p>幅広い支援機関が連携することによって、知財に関する理解や取組をより多くの企業に普及啓発する。そのためには支援機関内部での普及啓発も重要となる。加えて、既存の動画コンテンツのストックを活用することなど、知財意識のない層や企業の経営層など、対象者を意識した戦略的な普及啓発を行う。</p> <p>特に、中堅企業、中小企業、スタートアップ等、ターゲットが明確な施策については、それを確実に届けるための工夫を行う。</p> |
| <p>【基本方針の概要】</p> <p>幅広い支援機関が連携することによって、知財に関する理解や取組をより多くの企業に普及啓発する。そのためには支援機関内部での普及啓発も重要となる。加えて、既存の動画コンテンツのストックを活用することなど、知財意識のない層や企業の経営層など、対象者を意識した戦略的な普及啓発を行う。</p> <p>特に、中堅企業、中小企業、スタートアップ等、ターゲットが明確な施策については、それを確実に届けるための工夫を行う。</p> | <p>【アクション例】</p> <p>（裾野の拡大・経営層への啓発） 知財意識のない層へのアプローチに「もうけの花道」のストックを活用。経営層や事業責任者をターゲットとして、知財は避けて通れないことを理解してもらうための啓発活動。</p> <p>（支援制度・支援窓口に対する理解増進） 充実した知財に関する支援制度や支援窓口の存在のアピールも継続する。支援機関の内部の職員に対する普及啓発を通じて、より多くの企業に普及させていく。</p> | |
| <p style="text-align: center;">4</p> <p style="text-align: center;">人材育成</p> | <p>長期的に知財分野の人材を育成し、短期的には、課題解決を専門的に行う外部人材との連携を強化。蓄積された知財教育ノウハウ・映像コンテンツを地域内外に展開。</p> | |
| | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="217 982 1098 1408"> <p>【基本方針の概要】</p> <p>現状では、社内知財人材、専門家人材ともに、地域内で不足している状況にあるため、地域における社内知財人材及び専門家人材の育成を図る。ただし、社内人材育成には長期間を要することから、学校教育の段階や企業内での育成の仕組みを整備し、それらを支援することが必要となる。また、外部の専門家人材の活用も重要となる。</p> <p>人材育成にあたっては、中国地域で蓄積された知財教育ノウハウや映像コンテンツも活用すべきであり、それらを地域内外で活用してもらい、そのフィードバックを含めて、教育ノウハウやコンテンツのレベルを高めていく。</p> </td> <td data-bbox="1098 982 1999 1408"> <p>【アクション例】</p> <p>（学校教育による知財人材の拡大） 工業高校・高専に加えて、普通高での知財教育の推進。大学・高専における課題解決型教育に知財要素を加える。</p> <p>（社内知財人材の育成・確保） 社内人材育成制度に対する支援施策の検討。 大企業知財部門出身者をプールした人材バンクの創設。 個々の企業で対応が難しい社内人材教育を企業横断型で実施。 知財専門家人材育成のための知財コンサルティング事業の実施。 （ノウハウ・コンテンツの活用・ブラッシュアップ） 管内の大学の知財教育ノウハウの展開を支援、もうけの花道の活用。</p> </td> </tr> </table> | <p>【基本方針の概要】</p> <p>現状では、社内知財人材、専門家人材ともに、地域内で不足している状況にあるため、地域における社内知財人材及び専門家人材の育成を図る。ただし、社内人材育成には長期間を要することから、学校教育の段階や企業内での育成の仕組みを整備し、それらを支援することが必要となる。また、外部の専門家人材の活用も重要となる。</p> <p>人材育成にあたっては、中国地域で蓄積された知財教育ノウハウや映像コンテンツも活用すべきであり、それらを地域内外で活用してもらい、そのフィードバックを含めて、教育ノウハウやコンテンツのレベルを高めていく。</p> |
| <p>【基本方針の概要】</p> <p>現状では、社内知財人材、専門家人材ともに、地域内で不足している状況にあるため、地域における社内知財人材及び専門家人材の育成を図る。ただし、社内人材育成には長期間を要することから、学校教育の段階や企業内での育成の仕組みを整備し、それらを支援することが必要となる。また、外部の専門家人材の活用も重要となる。</p> <p>人材育成にあたっては、中国地域で蓄積された知財教育ノウハウや映像コンテンツも活用すべきであり、それらを地域内外で活用してもらい、そのフィードバックを含めて、教育ノウハウやコンテンツのレベルを高めていく。</p> | <p>【アクション例】</p> <p>（学校教育による知財人材の拡大） 工業高校・高専に加えて、普通高での知財教育の推進。大学・高専における課題解決型教育に知財要素を加える。</p> <p>（社内知財人材の育成・確保） 社内人材育成制度に対する支援施策の検討。 大企業知財部門出身者をプールした人材バンクの創設。 個々の企業で対応が難しい社内人材教育を企業横断型で実施。 知財専門家人材育成のための知財コンサルティング事業の実施。 （ノウハウ・コンテンツの活用・ブラッシュアップ） 管内の大学の知財教育ノウハウの展開を支援、もうけの花道の活用。</p> | |