

### 第3章 山口県知的財産戦略の基本的方向性

#### 1. 本県知的財産戦略の基本的方向性

- 我が国では2005年から人口減少が始まり、今後、加速度的に少子高齢化社会となることが予測されている。その中で、我が国が安定的な経済成長を維持していくためには、国民一人当たりの生産性を高めていくことが不可欠となる。こうした背景の下、人口減少が本格化する2015年までの10年間に取り組むべき施策として、政府が2006年7月に定めた「経済成長戦略大綱」においては、我が国の競争力の源は技術力にあるとして、イノベーションによる経済成長をもたらすため、知的財産権制度に関する戦略を一層推進することとされたところである。
- 現代社会における国富の源泉は、情報化社会の急速な進展や、先進国における物の量的充足といった経済の成熟化などによって、従来型の大量生産型のものづくりから、無形資産としての情報にシフトしている。このような経済社会においては、ものづくりに加えて、技術、デザイン、ブランドといった価値ある「無形資産」の創造を経済活動の基盤と捉え、高付加価値型産業が知財を活用しながら自らの強みを磨いていくことを育成していくことが重要である。
- 一方、本県においては、全国平均を上回るペースでの人口減少や少子高齢化、経済のグローバル化の急速な進展など、本県経済を取り巻く環境は大きく変化している。特に、本県は既に超高齢社会に突入していることから、将来の労働生産人口が大幅に減少することが見込まれている。このような厳しい現状の中で、将来にわたって持続的で自立的な県経済の発展基盤を確立し、県民の雇用の場の創出や安定的な税収の確保を図るためには、本県の強みを活かした競争力のある産業を育成・強化し、次代を担う産業集積の促進を図ることが求められている。特に、本県では、産業振興の基本指針である「産業振興ビジョン21」に基づき、「情報通信」「環境」「福祉・医療」「生活文化関連」の4分野を重点育成分野として、新産業・新事業の創出を支援しているところであり、これらの4分野に代表される成長産業分野における研究開発・新事業展開・新製品開発等を知財取得・保護等の面で支援することによって、県内産業の国内・国際競争力の強化を進めていくことも検討する。
- 本県の知財を取り巻く現況をみると、本県特許出願件数は全国平均を超えているものの、その大部分は県内大企業からの出願であり、県内中小企業は総じて知財に関する専門的知識や活用経験が大企業と比べて浅く、自らの経営戦略における知財の位置付けは相対的に小さい。経済のグローバル化・ボーダレス化によって、模倣品や類似品等による知財リスクも飛躍的に高まっている中で、県内中小企業が知財マインドの向上を図り、自らの事業戦略の中に知財戦略を位置づけていくことが企業競争力強化のためには不可欠となっている。

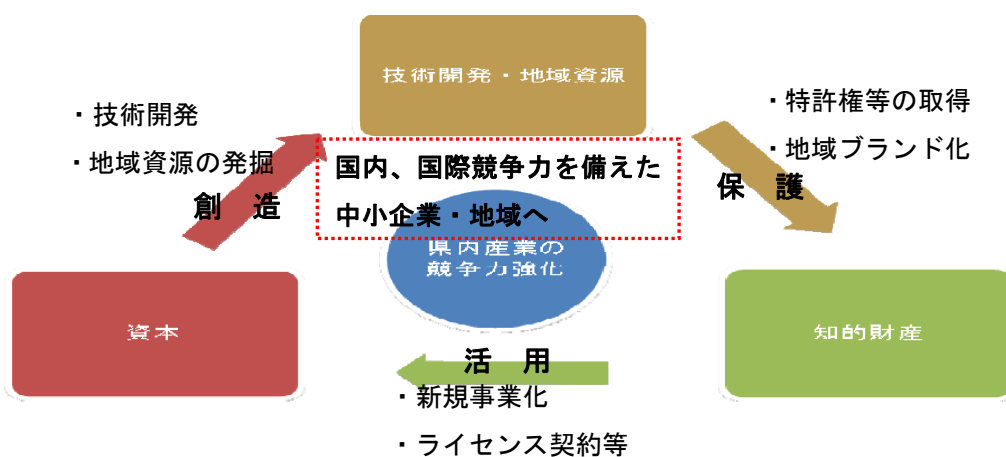
- 農林水産分野においても、育成者権をはじめとして多くの知的財産が存在し、知的財産権として保護されているが、経済のグローバル化が急速に進み、実需者の価値観が多様化する中で、競争力の強化が求められている。このため、農林総合技術センターなどの公設試験場が核となり、優れた特性を有する新品種や生産性の向上に寄与する新技術の開発を継続的に創造し、実需者への訴求力のある付加価値の高い商品を提供していく必要があり、農林水産分野における知的財産の重要性が高まっている。
- 本県の豊富な地域資源を活かした産業振興・地域振興についても、地域間競争が激化する中で、地域の独自性を活かした地域ブランドを確立していくことが求められている。

このように、知的財産を巡る環境が大きく変化しつつある現況に対応し、知的財産の活用による産業振興・地域振興を図るためには、県全体としての知財施策の方向性を明確に打ち出し、産学公、さらに県民や関係機関等が協働して知的財産の「創造」「保護」「活用」という知的創造サイクルを循環させていかなければならない。また、知財戦略は本県産業振興施策、地域振興施策、農林水産施策等との整合性を図る必要があることから、これらの施策の方向性に十分留意する。

本戦略は、上記目的を達成するために必要な産学公の取組みを示すものであり、以下の基本的方向性を定める。

## 2. 設定目標

- I 「知的創造サイクル（創造・保護・活用）の円滑な循環による県内産業の競争力強化」
- II 「地域の独自性を活かした地域ブランドの確立」



本県知的財産戦略においては、上記目標を達成するために以下の4点を基本の柱とする。

- ① 知財インフラの利活用のための普及啓発・知財マインドの向上
- ② 県内産業の競争力を高めるための、更なる知財インフラ整備
- ③ 産業財産権等の戦略的活用による県内産業の競争力強化
- ④ 地域資源の活用による地域ブランドの確立

## I 知的創造サイクル（創造・保護・活用）の円滑な循環による県内産業の競争力強化

### 〈施策展開の基本的考え方〉

1. 経済活動がグローバル化し、県境・国境を越えて商品が行き交う現代社会においては、大企業のみならず中小企業であっても、国内・国際競争力を備えていなければ淘汰されてしまう。また、少子高齢化・人口減少が進展する我が国の中にあっても、本県はその平均値を既に超えて「超高齢社会」が現実到来している。
2. このように厳しい現状の中で、本県産業・地域産業の競争力を保っていくためには、地域イノベーションが自立的・持続的に発生する社会的な仕組みが必要となる。そのためには革新的な技術の創出を促進し、その成果を知的財産として適切に保護し、その知的財産を活用することにより新たな知的財産を創出していく、といった「知的創造サイクル」を本県において確立し、円滑に循環することが前提となる。
3. 本県における知的創造サイクルの確立には、知的財産を創造し、管理する人材が存在することが前提となる。そのためには様々なレベルに応じた知財教育や知財セミナーの機会を提供していくことが必要となってくる。特に、知財教育については大学・高等専門学校等の高等教育課程のみならず、初等・中等教育課程での早期知財教育による、知財人材育成が今後求められる。また、中小企業における知財マインドの向上のため、企業ニーズに応じた知財セミナーなどを効率的に実施していく。
4. 知的創造サイクルの円滑な循環のためには、それを支えるインフラが欠かせない。本県の知財インフラについては、山口大学の活発な知財活動を支える各機構（知財本部・TLO・MOT）があり、県内産業との戦略的連携による相乗効果が期待される。また、知財専門人材である弁理士の数が県内に非常に少ない現状に対応するため、日本弁理士会との包括支援協定の締結について検討する。さらに、知財サービス（知財コンサル、知財価値評価等）を提供する民間企業との適切な形での連携を持ち、中小企業等の知財活動に資する体制を構築する。
5. 県内における知的創造サイクルが、より強力に循環していくためには、知的財産の創造、保護、活用のための活動が戦略的視点に立ったものであることが必要になる。産学公連携の深化により知財活動が活性化し、県内における知的創造サイクルが大きく協力で循環することで県内産業の国内・国際競争力の強化に繋げていく。経済のグローバル化、地域間競争の激化により、県内中小企業の置かれている状況は依然として厳しいといえる。この

ような状況を打破するには、技術力の強化と併せて、質を重視した戦略的な特許出願等を展開し、競争力のある高付加価値型製品を生み出すことが重要となる。また、経済のグローバル化、ボーダーレス化が進む中で、特にアジア諸国における模倣品・類似品問題がクローズアップされており、これらへの対策を知財戦略の中で位置づける。

6. 近年、育成者権に代表される農林水産に関する知的財産の重要性が高まっている。経済活動がグローバル化している中で、本県農林水産業が競争力を強化し、発展していくためには、農林総合技術センターと水産研究センターが核となり、優れた特性を有する新品種や生産性の向上に寄与する新技術などの知的財産を継続的に創造するとともに、これらを権利化し積極的に活用することで、魅力ある農林水産物の創出とこれらを支える技術開発の推進が重要である。このため、「やまぐち食と緑のプラン21」と「水産山口チャレンジ計画」に基づき、関係機関が有機的な連携を図り、「本県の顔となる」知的財産の効果的な創造・保護・活用を推進する体制の整備を推進していく。

## Ⅱ 地域の独自性を活かした地域ブランドの確立

### 〈施策展開の基本的考え方〉

1. 地域間競争が激化する中で、本県の持つ魅力ある資源を有効に活用し、効果的な情報発信を通じて県産品のブランド化を進めていくことは、一層重要になっていることから、「おいでませ山口館」などでの消費者ニーズの把握に努め、関係団体と連携して「売れる商品」づくりを進めていくとともに、こうした魅力ある県産品の情報を消費者のみならず流通業者等にも提供することにより、需要拡大やブランド化につなげていく。
2. 関係部局が連携し、効果的・戦略的な情報発信を通じて、農水産物・加工品や工芸品など地域の優れた製品の個別ブランド化に努め、地域経済の活性化や本県のイメージの向上につなげるよう努める。
  - 関係団体との連携のもとに、優れた地域資源の発掘・評価に向けた地域の自発的な取組を促進・支援し、地域の独自性を活かした地域ブランドの創出による県産品のブランド化のさらなる推進を図る。
  - 地域ブランドを定着させるには、それぞれの商品・サービスの知名度の向上が不可欠であるため、地域団体商標制度の活用促進や県独自の認定制度のさらなる充実と、これらの効果的な情報発信や販路拡大に取り組み、地域ブランドの育成に努める。本県においては、全国的な知名度を持つ地域ブランドは未だ少ないことから、全国に向けた戦略的な情報発信を図り、「やまぐちブランド」を推進する。
  - 地域ブランドの人気の高まるにつれて偽ブランドや粗悪品が市場に出回る危険が大きくなり、商品の信頼性が失われ、ブランド価値が大きく低下するとともに、地域のイメージにも悪影響を与えるおそれが生じることから、内部の厳格な品質管理体制の構築や市場の監視に向けた取組を促進し、地域ブランドの保護に努める。
  - 地域ブランドによる地域産業振興には、地域資源を活用した新商品・新サービスの開発と事業化が最終的に確立されることが必要となる。発掘された優れた地域資源を「売れる商品」に繋げていくためには、消費者への訴求力の高いデザイン・機能・性能を備えている必要があることから、公設試験機関等の技術支援を実施していく。さらに、完成

した新製品を、関連機関との連携による適切なマーケティング戦略を踏まえて、販売を促進していく。

- 近年、外国において、我が国地名等が濫用的に商標登録される事例が多くみられるため、これらへの対策も進めていく。