



知識集約化で三重の 「産業を元気」に

三重県知的財産戦略ビジョン

2006年 3月
三重県

知識集約化で三重の「産業を元気」に

「三重県知的財産戦略ビジョン」は、三重県の産業や社会の活性化を図るうえで重要な役割を担う「知的財産」について、産、学、民、官の様々な主体が、それぞれの立場から進めていくべき取組を提案するために策定したものです。

現在、産業界では、製造拠点の海外進出が進むなど経済活動がグローバル化し、世界的な競争が激化しています。また、国内でもこの影響を受けて、生き残りをかけた企業間、地域間の競争がますます激しくなっています。さらに、地球温暖化防止や消費者の環境保全志向の高まりなどから、環境への負荷を低減させるための具体的な取組も求められています。



このため、産業界では、これまで以上に新しい技術や独自の技術を生み出し、製品やサービスの高度化、高付加価値化を実現することが不可欠となっています。三重県の産業や社会が、今後も発展を続け、県民の豊かな生活に貢献していくためには、こうした技術を生み出す知恵を大切に、活用できるような構造であることが求められます。

知恵が価値を持つ産業構造への転換は、「産業の知識集約化」と呼ばれています。これは、電子やバイオなど先端的な産業だけが産業構造の中核になるということではなく、あらゆる産業において、それぞれの分野で「新しい知恵」や「独自の知恵」を発揮し、知識集約化していくことを意味します。

この「産業の知識集約化」を支える「新しい知恵」や「独自の知恵」は、知的財産と言い換えることができます。しかし、三重県における権利化された知的財産の状況は、産業集積力に比べると相対的に低いという傾向が見られます。三重県の産業が元気で、これからも発展を続けるためには、これまで以上に知的財産を有効な経営資源として、生み出し、守り、使いこなしていくことが望まれています。

しかし、知的財産は、簡単に生まれてくるものではありません。また、一人の人間や一つの企業の生み出す能力には限界があるだけでなく、技術の開発には多大な経費も必要となります。このため、このビジョンでは、産、学、民、官の様々な人たちの、知恵の「であい（マッチング）」や連携、協働を重要なことととらえ、そのための取組を提案しています。

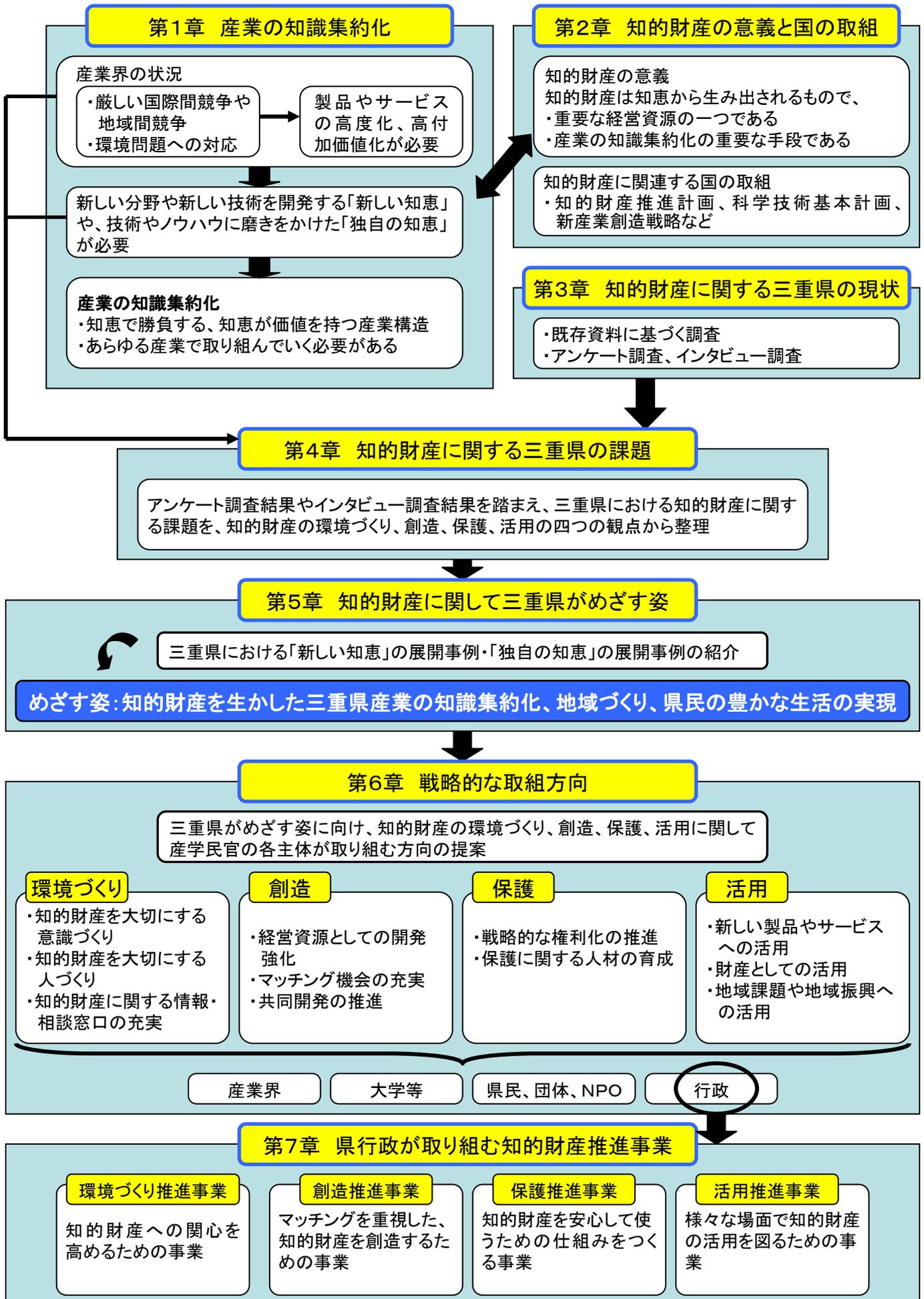
このことは、豊かな感性をもとに多様な主体が共に築く「新しい時代の公」や、文化を「生活の質を高めるための人々のさまざまな活動及びその成果」ととらえ、新しい知恵や仕組みを生み出す「創造力」などに着目する「文化力」と理念を同じくしているところです。

このビジョンが「知識集約化」の推進によって三重県の産業を元気にすることに貢献するとともに、産、学、民、官の様々な人たちの「であい（マッチング）」が新たな創造や発展につながり、その成果が県民一人ひとりの豊かな生活の実現に役立つことを願っています。

2006年3月

三重県知事 聖名昭彦

三重県知的財産戦略ビジョンの構成



三重県知的財産戦略ビジョン

《 目 次 》

第1章 産業の知識集約化	1
1. 高度化、高付加価値化を進める知恵	1
2. 新しい知恵で取り組む産業	2
3. 独自の知恵で取り組む産業	3
4. 知恵づくりの集積と産業の知識集約化	4
5. 産業の知識集約化がもたらす社会	5
第2章 知的財産の意義と国の取組	7
1. 知的財産の意義	7
（1）知恵から知的財産へ	7
（2）知的財産と知的財産権	7
2. 国の取組	10
（1）知的財産推進計画	10
（2）科学技術基本計画	11
（3）新産業創造戦略	12
（4）転換期の社会と働く者の生活	14
第3章 知的財産に関する三重県の現状	15
1. 各種データから見た現状	15
（1）産業界	15
（2）大学	17
（3）知的財産専門家	19
2. アンケート調査、インタビュー調査などによる現状	21
（1）調査の概要	21
（2）産業界	22
（3）大学等	35
（4）行政	39
第4章 知的財産に関する三重県の課題	42
1. 知的財産を取扱う四つの観点	42
2. 環境づくりの課題	44
3. 創造面の課題	45
4. 保護面の課題	45
5. 活用面の課題	46

第5章 知的財産に関して三重県がめざす姿	48
1. 三重県における知的財産展開事例	48
(1) 知的財産に関する新しい動き	48
(2) 新しい知恵の展開	48
(3) 独自の知恵の展開	51
2. 三重県がめざす姿と実現すべき状態	56
第6章 戦略的な取組方向	59
1. 環境づくりの取組	59
(1) 知的財産を大切にすること意識づくり	59
(2) 知的財産を大切にすること人づくり	60
(3) 知的財産に関する情報・相談窓口の充実	60
2. 創造面の取組	61
(1) 経営資源としての開発強化	61
(2) マッチング機会の充実	62
(3) 共同開発の推進	63
3. 保護面の取組	64
(1) 戦略的な権利化の推進	64
(2) 保護に関する人材の育成	65
4. 活用面の取組	65
(1) 新しい製品やサービスへの活用	65
(2) 財産としての活用	67
(3) 地域課題や地域振興への活用	67
第7章 県行政が取り組む知的財産推進事業	70
1. 知的財産の環境づくり推進事業 ～知的財産への関心を高める～	70
2. 知的財産の創造推進事業 ～マッチング重視の知的財産の創造～	72
3. 知的財産の保護推進事業 ～安心して使うための仕組みづくり～	78
4. 知的財産の活用推進事業 ～使う場面を広げる知的財産の活用～	79

第1章 産業の知識集約化

この章では、現在産業界で何が起きているのか、どのような方向に向かっているのかを知恵という視点から考察し、先端的産業だけでなく、あらゆる産業において「新しい知恵」や「独自の知恵」を発揮することが不可欠であること、それが「産業の知識集約化」につながることで、産業の知識集約化がもたらす社会について述べています。

1 高度化、高付加価値化を進める知恵

（競争の激化と知恵）

経済活動がグローバル化し、アジア諸国の台頭など世界的な競争が激化しています。この競争に対抗するため、企業の海外進出が進み、それに伴い、国内の産業の空洞化が深化するなど海外からの輸入浸透度¹が高まっています。国内においても、このグローバル化の波を受けて、生き残りをかけた産地間競争が激化しています。

また、2005年に発効した「京都議定書²」によるわが国の目標である「温室効果ガスを5年間で6%以上削減」する期間が2008年から始まるため、これまで以上に環境保全や環境負荷低減技術に対する企業ニーズが高まっており、画期的な新技術を開発した企業が市場において大きな競争力を獲得する時代となっています。消費者は環境によい製品や環境基準を遵守する企業の製品を志向する傾向が見られ、環境問題への対応が、企業間競争の大きな側面になってきています。

こうした中で、わが国の産業が今後も発展を続けていくためには、有望な新規分野への参入、新技術の導入による新たな展開、企業の独自技術やノウハウなどを極めていくことによって、より付加価値の高い製品やサービスを生み出し、提供していくことが不可欠となっています。

したがって、「他にない新たな技術を生み出す」、「独自ノウハウに磨きをかける」などの知恵を働かせ、「製品やサービスの高度化・高付加価値化」を図った企業が成長していくこととなります。日本の企業を取り巻く競争環境は「どこでもつくれるものを、早く、安くつくる競争」から「他ではつくれるものを、いち早く生み出す競争」へと移行しており、こうした環境のもとで競争に勝ち抜くために、「知恵を生かす戦略」が必要になっているわけです。

1 国内総供給に占める輸入品の割合のことです。（輸入浸透度＝輸入品の供給／国内総供給×100）

2 地球温暖化防止のための国際間の取り決めの一つで、その骨子は、①対象ガスの種類：二酸化炭素、メタンなど②約束期間：第1期は、2008年～2012年の5年間③先進国及び市場経済移行国全体の目標：少なくとも5%削減④主要各国の削減率：日本－6% 米国－7% EU－8%などです。2004年11月ロシアの批准により、2005年2月16日に京都議定書が発効しました。

（新しい知恵と独自の知恵）

実際に、こうした世界的な開発競争が激化する中でも、飛躍的な成長、持続的な成長を遂げている企業がいくつも見つかります。そして、成長している企業を概観すると、大きく二つの特徴が見えてきます。

第一に「新規分野への参入を図り、新たな技術やノウハウなどを創造し、これらを核に新たな事業分野を開拓している」ことです。例として、自動車メーカーの環境対策面やIT関連情報産業などが挙げられます。

第二に「保有している独自技術やノウハウなどを十分に活用し、これらの価値を最大限に引き出している」ことです。その例は、100円ショップ³やホテル業などで見られます。

いずれも、知恵を生かすことに変わりはありませんが、第一の事例は「新しい知恵」による取組とすることができ、第二の事例は「独自の知恵」による取組とすることができます。新しい知恵や独自の知恵を有効に活用することで、企業は持続的な成長を遂げることができるのです。そのために、企業は「事業展開に必要な知識や技術を生み出し、見つけ出し、見つけた知識や技術を生かし、磨き、高めていく」ための能力を備えることが必要です。

2 新しい知恵で取り組む産業

「新しい知恵」、すなわち「時代や社会の動向を見据えて、従来とは異なる新しい分野や新しい技術を開発する知恵」を生かしている事例をいくつか取り上げてみます。

自動車産業の分野では、環境規制への対応、省エネルギーの要求、IT化の進展、市場のグローバル化など、産業を取り巻く競争環境は、大きく変化してきました。日本の自動車産業は、過去には環境対策車を生み出すために知恵を絞り、今では時代を見越した「新しい知恵」によりハイブリッドカー⁴や燃料電池⁵を開発し、世界的に活躍を続けています。

また、平面パネルテレビ、デジタルカメラ、DVDレコーダーなどの新製品が次々と登場する情報家電分野でも、ICオーディオプレーヤー⁶など新しい分野への進出の事例が見つかります。

もう一つの成長企業の例が、知識や情報を収集し、発信することを仕事としている「インターネット関連企業⁷」です。

例えば、ある企業は、「インターネットを使って世界中から情報を集め、顧客に提供するシステム」を作り、事業として大成功を収めました。また、「集めた情報の中から、必要な情報を選び出す検索システム」を開発した企業が上場を果たすなど、躍進しています。これらのシステムづくりのノウハウ

3 年商 5,000 億円と言われる規模にまで成長したこの業界は、100 円で買えるというコンセプトに基づき、価格が安く、品質の良い商品を見つけて出し、作り出すことがポイントとなります。そのためには、世界中から商品の情報や知識を多く、早く集めるとともに、相手先国の企業へ働きかけて、日本の厳しい消費者の選択眼に耐え得る商品をつくり出してくる力が必要です。この目利きや営業のやり方が「知恵」となります。販売サービスの世界でも、「知恵」が、企業としての成功を左右する大きなカギとなっていることがわかります。

4 電気とガソリンを動力にして、排気ガスが少なく、燃費が良い自動車のことです。

5 水素燃料を大気中の酸素と反応させ、直接発電する装置を言い、地球温暖化ガスを排出しないことなどから次世代のエネルギー源として期待されています。

6 音楽CDやその他の音源をデジタルデータに変換し、再生するためのIC（半導体集積回路）を利用した装置のことです。

7 インターネット関連企業は、情報産業のうち、インタラクティブ（双方向）に使用される製品・サービスを第三者に提供している新しい型の企業（プロバイダやコンテンツ作成企業など）を言います。

が従来にない新たな技術を生み出し、新分野へ参入していくための「知恵」と考えられます。

さらに、今日の情報社会では、世界中から容易に必要な知識を集めることができることから、他では手に入らない独自の情報や知識を提供することが付加価値を生み出し、有望なビジネスへとつながります。その一つが「コンテンツビジネス⁸」です。ソフトやメディア産業では、世界に一つとして同じものが無い情報や知識を提供するからこそ価値が出るのです。その情報は、著作権などに守られ、容易に真似することのできないものとなっています。これらを生み出すシステムにも「新しい知恵」が生きています。

3 独自の知恵で取り組む産業

（企業の取組）

次に、「独自の知恵」、すなわち「自らが過去から積み上げてきた技術やノウハウに磨きをかけた知恵」を生かした事例をいくつか取り上げてみます。

まず、製造業については、わが国の自動車会社の代表的な生産工程「かんばん方式⁹」に関して特許を取得した例を挙げることができます。この特許は、社内で磨きあげられた「独自の知恵」を用い、生産性の向上に結びつけた事例と言えます。

また、販売サービスの世界に目を向けると、小売業の中で成長が著しい「100円ショップ」がその好例として挙げられます。ここでは、価格が安く、品質のよい商品を見つけ出し、つくり出すための「独自の知恵」が事業成功のカギを握っています。

一方、ホテル業界に目を向けると、やはり「知恵」を生かすことで、高度で高付加価値なサービスを生み出している事例が見つかります。それは、最高級のサービスを提供するため、従業員の裁量に任せたシステム¹⁰により、顧客について集めた豊富な知識を従業員に伝え、接客に生かすことで、顧客の満足を得るための「独自の知恵」が大きな効果を発揮しています。

（各地域の取組）

「独自の知恵」が地域の振興や活性化に生かされた事例を見つけることができます。

例えば、住民の知恵を結集することで、観光地としての再生に成功した湯布院の例が挙げられます。湯布院の地域起こしは、「猪の瀬戸（いのせと）」と呼ばれる美しい湿原をつぶし、ゴルフ場を建設する計画への反対運動がきっかけでした。豊かな環境の保全のため、次には情報発信による観光客誘致のため、地域が一体となって、地域起こしの知恵や感性を大切に作る姿勢を打ち出しました。その結

8 コンテンツとは、映画、音楽、アニメなどの知的生産物を総称した言葉です。電子機器上で利用することができ、多くの人々が楽しむゲームソフトなどが挙げられます。これらのコンテンツ制作や配信に関連する産業は、コンテンツビジネスと呼ばれています。

9 「かんばん方式」とは、わが国の自動車会社が米国のスーパーマーケットからヒントを得て導入した生産工程のことです。「必要とする品物を、必要な時に、必要な量だけ購入する」ことを基本とする効率的な工程であり、ITと組み合わせた応用方式に対して1999年に特許が与えられています。

10 あるホテルでは、従業員に一定の範囲で裁量によるサービスを任せており、「最初に宿泊した時に何気なく従業員に話した好物はチョコレートクッキーという言葉が次に宿泊した際に部屋の中にチョコレートクッキーが用意されていた」という逸話が数多く聞かれ、顧客サービスにつながっています。顧客について集めた豊富な知識をフィードバックし、リピーターの満足を得ること、そのような「心づくし」をすべての従業員が自ら演出することを「知恵」としていることにより、顧客サービスで圧倒的な強みを誇る企業というブランド獲得に成功している事例です。

果、音楽祭や映画祭の開催など住民の様々なアイデアの実行によって、地域の活力再生につなげている¹¹のです。

郷土食において、やはり「知恵」を生かした地域起こしの成功例が見つかります。例えば、長野県には「おやき¹²ビジネス」があります。ここでは、地元のお年寄りの知恵を生かし、郷土食のおやきを年間 600 万個も出荷する大産業が生まれています。もともとは養蚕が盛んだった地域で、過疎化や高齢化が深刻化していましたが、この現状を何とかしたいという思いが、郷土文化を生かした地域起こしに結びつきました。実際におやきを作っているのは、この地域に住む高齢者の方々に、地元住民の「知恵」を全国に通用する郷土文化という形で生かした好例となっています。

また、宮崎県のある焼酎（しょうちゅう）メーカーは、創業以来受け継がれてきた伝統的な焼酎製法技術を守り続けることで、他の製法では得られない絶妙な味わいを引き出し、品質面において他の一般焼酎との差別化を図っています。古くから伝わる先人の「知恵」を生かすことで、地域独自のブランドとして確固たる地位を築いている¹³わけです。

4 知恵づくりの集積と産業の知識集約化

（生産と消費の変化）

三重県に限らず、日本の産業は、製品やサービスの国際的な競争にさらされており、「ものを大量に作る」だけの競争では、人件費の安い国々に対抗できなくなっています。一方、国内の消費においては「よいと思ったもの」や「こだわりのあるもの」にはお金をかけるといった傾向が強まっています。

したがって、今後ますます、他よりも安いものを作るだけで生き残ることはむずかしくなり、そこにしかないもの、そこでしか作れないものを生み出す重要性は高まっていくと考えられます。「新しい知恵」や「独自の知恵」を大切にしている企業が業績を伸ばしていることは、その現れと言ってよいのではないのでしょうか。

（産業の知識集約化）

日本の産業界は、労働力に大きく依存する労働集約化¹⁴、資本設備に大きく依存する資本集約化¹⁵という段階を経てきました。しかし、産業界が全体として、新しいもの、独自のものなどを生み出すためには、知恵を大切にする、あるいは活用できるような構造であることが必要となります。知恵で勝負する、あるいは知恵が価値を持つ産業構造への転換は、産業の労働集約化、資本集約化に対して「産

11 湯布院町の入込客の状況は、取組の始まった頃の 1975 年と最新の 2002 年のデータを比較すると、宿泊客 1975 年 381,560 人→2002 年 958,027 人（約 2.5 倍）、日帰り客 1975 年 1,061,560 人→2002 年 2,994,228 人（約 2.8 倍）、宿泊施設数 1975 年 96 軒→2002 年 154 軒（約 1.6 倍）となり、取組の成果が現れていると考えられます。

12 おやきとは、長野県特有の伝統食で具を小麦の皮で包んで蒸した郷土食です。

13 焼酎売り上げ全国上位ランキング（2004 年）で、宮崎県のメーカーがベスト 10 に 3 社、ベスト 50 に 6 社（本文中メーカーも含む）も入るなど健闘しています。本文中メーカーの主要銘柄は、あるネット販売の焼酎売上ランキング（品目別・店別）でも、ベスト 30 の中に入っています。

14 皮革製品や繊維製品の製造などの軽工業において多く見られる「労働力に集中的な投資を行い製品を製造する方式」を意味する言葉です。一般に従業者を多く抱えることになるため、製造に占める人件費の割合が高くなります。

15 鉄鋼や石油化学などの重工業において見られる「大規模な設備に集中的な投資を行い製品を製造する方式」を意味する言葉です。設備投資に多額の費用を要することになるため、製造に占める固定資本の割合が高くなります。

業の知識集約化」と位置づけることができます。つまり、従来の額に汗かく産業（労働集約化）、機械が汗かく産業（資本集約化）から、頭が汗かく産業（知識集約化）への転換です。

産業の知識集約化は、情報産業やバイオ産業など先端的な一部の分野しか関係のないものではありません。「独自の知恵」の事例のように、サービス業、伝統産業、観光業など広い範囲で必要となってくるものです。また、知恵を生み出す人材も、研究者や技術者など一部の人に限定されているわけではなく、あらゆる人が担う必要があります。よい知恵がないかを常に考え続け、培ってきた一人ひとりの知恵を大切にすることが産業の知識集約化を推し進める原動力と考えられます。

5 産業の知識集約化がもたらす社会

（知識集約型の産業）

現在、インターネットに代表される情報通信の著しい進展により、社会構造や産業構造が大きく転換していると言われていています。産業構造の面に着目すると、「工業社会」の中心であった「労働集約型産業」から「知識社会¹⁶」の中心である「知識集約型産業¹⁷」への移行が生じていることが指摘されています。その典型として、コンテンツビジネス、バイオテクノロジー¹⁸やナノテクノロジー¹⁹分野の研究開発型産業、教育産業などが取り上げられますが、先に述べたとおり、知識集約型産業への転換は、決してこれら特定の産業に限定されるものではありません。

日本がめざす知識集約型の産業構造とは、あらゆる産業がそれぞれの分野で知識集約化、あるいは高付加価値化を実現し、産業構造が全体として知識集約型になっていくことであるという意見がありますが、まさにそのとおりであろうと思います。

（知識集約化がもたらす社会）

産業が知識集約化されることは、社会にも影響を与えずにはおきません。

産業の知識集約化は、生産者が製品やサービスを提供し、消費者がそれを購入するというこれまでの関係から、生産者は製品やサービスを介して知恵を売り、消費者は製品やサービスの裏にある知恵を買うという関係に変化していくことだと考えられます。このことから、大量生産・大量消費型の社会から、製品やサービスの質が問われる社会へと変化していく中では、知恵を生み出し、あるいは活用して付加価値を生み出していくことが重要であることがわかります。

このような社会を表現する言葉は、「知識情報社会」、「知識集約型社会」、「知識創造社会」、「知識基盤社会」、「知識社会」、「知価社会」など様々ありますが、根底にあるのは、一人ひとりが知恵を大切にすることと言ってよいでしょう。そこでは、答や成果を出すことと並んで、あるいはそれ以上に、

16 現代社会の転換のとらえ方として、「知識社会」への移行期という見方があります。これは、ダニエル・ベルが主張した「脱工業社会（1973年）」のように、アメリカをはじめとした先進諸国において1960年代に確立された大量生産・大量消費の「工業社会」に対し、現在の社会は知識・情報が重視される「知識社会」へと向かっているというものです。工業社会の戦略資源が機械設備と規格化された労働力であったことを見抜き、今後は、付加価値を生み出す人間の能力そのものが、経済活動において最も重要な要素となることを見通したものです。

17 知識集約型産業は、労働集約型産業に比して、知識や技術を多く投入する産業と定義されます。

18 生物を工学的に利用する技術のことで、遺伝子組み換えによる品種改良技術などが挙げられます。医薬品の生産や環境浄化など、様々な分野に応用されています。

19 原子や分子の配列をナノスケール（1mの十億分の一の大きさ）で制御する技術のことです。ナノスケールで制御することにより、従来は得られなかった新たな材料や優れたデバイス（装置）を作り出すことができます。

知恵を生み出す、あるいは使うために「考える」という過程が重視され尊重される社会であり、また、働く人たちにとっては自分の経験や能力を最大限に生かすことのできる社会であると言えます。

産業の知識集約化が進むことによって、新産業の創造や地域課題の解決など地域や社会の活性化につながり、このことにより、個人の豊かな生活に貢献していくことになると考えられます。

三重県行政では、文化を「生活の質を高めるための人々の様々な活動及びその成果」ととらえ、新しい知恵や仕組みを生み出す「創造力」などに着目し、「文化力」を高め、生かして、「こころ」、「地域」、「産業」の元気な社会をめざしています。知恵を生み出し、あるいは活用して高い付加価値を生み出していく社会は、このような社会の実現につながるものです。

第2章 知的財産の意義と国の取組

この章では、産業の知識集約化を進めていくための大切な道具である知的財産について、その意義並びに知的財産と知的財産権との違いについて述べるとともに、知的財産に関する国の取組や方向性について示します。

1 知的財産の意義

(1) 知恵から知的財産へ

(知的財産は知識集約化のキーワード)

前章では、知恵を生み出し、その知恵を有効に使うことの大切さを述べてきました。この主として産業の面で生み出された知恵は、お金や土地などと同様、経済活動を支える大切な財産であり、「知的財産」と呼ばれています。

知的財産の中で一般的になじみがあるものと言えば、発明などの「特許権」や、読み物や音楽に関する「著作権」などでしょうが、知的財産はそれだけにとどまりません。もののデザインやマーク、それに営業秘密やノウハウも知的財産です。

産業の知識集約化を進めるにあたって、この知的財産はとても大切な道具であると言えます。「経営資源」と言うと、まず「人、もの、金、情報」などが挙げられますが、今や知的財産も経営資源の一つと言っても過言ではありません。

(社会において大切な知的財産)

知的財産は、企業や研究機関の研究や発明に携わる人たちだけの特別なものではなく、どこでも、誰でも、生み出し、持つことができるもの、あるいは持っている身近なものでもあります。それは、誰もが知恵を生み出したり、活用したりすることを大切にする成果として、知的財産をとらえることもできます。また、新しく生み出された知的財産は、産業の知識集約化を進めるだけでなく、製品やサービスを通じて、私たちの生活や社会を飛躍的に豊かなものに変えていく影響を与えます。

このことから、知的財産は、産業の知識集約化の重要な手段であるだけでなく、地域づくりや個人の豊かな生活に貢献するものであり、一人ひとりが知恵を大切にする社会、すなわち、知識集約化された社会の創造にとっても大切な道具であると言えます。

(2) 知的財産と知的財産権

(知的財産の保護)

「知的財産と言っても、真似をされたらおわりでは」というようなことを思われるかもしれませんが。確かにその点は、知的財産と一般的な物とは大きく異なる点です。

一般的な物は、自分のもの（法律で言う「所有権」のことです。）か、他人のものかは比較的簡単に判断できます。それに対して知的財産の場合、誰かが自分の知的財産を勝手に使ったと言っても、自

分の知的財産が目減りするわけでもありませんし、元々誰のものであったかをはっきりさせることは大変むずかしいことになります。

しかし、それでは一所懸命知恵を生み出した努力が報われないことになり、新しいことに挑戦しようという人が減るかもしれません。そのため、知的財産を法的に保護するための取り決めがあります。この法的に守られた知的財産の権利のことを「知的財産権」と呼びます。

また、知的財産を法的に守ることには、もう一つの側面があります。それは、法的に権利化され、保護されている知的財産権は、開発者や使用者が他の権利を侵害していないことが明らか（無効になることもあり、絶対ではありませんが）ですから、安心して使用できるという側面です。

（主な知的財産権）

主な知的財産権は、次のようなものです。

○特許権（特許法に基づく）

高度な技術的アイデア、すなわち発明が対象となります。特許法では、発明は「自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のものをいう」と定義されています。存続期間は出願から20年間で、それ以降は権利が消滅し、誰でも自由に利用することができます。

つまり、開発者の努力に報いるために最大20年間の時間が与えられ、その間に自分で特許を使った商品を販売する、特許を使いたいという人に許可を与えて実施料を得る、あるいは特許権を売却するなどして投資したお金を取り戻し、権利が切れた後は世の中全体のために誰でも自由に使えるようにするものです。

○実用新案権（実用新案法に基づく）

考案が対象となります。考案という言葉が発明と対比させた言い方として一般的に「小発明」と言われることもあります。実用新案法における定義は「自然法則を利用した技術的思想の創作をいう」となっており、特許法の定義と比べると「高度のもの」が入っていないことに違いがあります。

そういうこともあって、特許権と似ていますが、存続期間は出願から10年間と半分になっています。

○意匠権（意匠法に基づく）

物品の形や模様、色などのデザインが保護の対象です。意匠法における定義は「物品の形状、模様若しくは色彩またはこれらの結合であって、視覚を通じて美感を起こさせるもの」となっています。その物品と一体となったデザインが保護されますので、同じような意匠でも物品が違えば、原則として別の意匠とみなされます。

基本的には工業製品のデザインが対象で、同じ花瓶（かびん）であっても、工業製品は意匠法の対象になりますが、量産できない美術品などは著作権法の保護の対象となります。存続期間は登録から15年間です。

○商標権（商標法に基づく）

商標とは、商標法で「文字、図形、記号若しくは立体的形状若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合」と定義されており、商品やサービスについて、業として使用される文字やマークなどの識別性のある標識が対象です。特許法などとは趣旨が異なり、商標の使用によりそこに蓄積された信用を保護します。商標は平面のものだけでなく、立体的なものも保護の対象となります。

存続期間は登録から10年間ですが、発明などと違って他と区別することが主な目的ということもあり、更新ができます。

上記の特許権、実用新案権、意匠権、商標権の四つのことを「産業財産権」と呼びます。

それ以外にも文芸や美術、音楽などに関する著作権（著作権法）、植物の新品種に関する保護（種苗法）などがあります。また、営業秘密などは不正競争防止法により保護されているなど、様々な法律で知的財産権は保護されています。

なお、知的財産権は、特許権のように、審査に通って初めて権利として認められるものと、著作権のように、著作物が創作された時点で権利が発生するものとに分けられます。

○著作権（著作権法に基づく）

人間の思想、感情を創作的に表現した小説・音楽・美術・映画・コンピュータプログラムなどの創作物を保護する権利で、創作した時点で自動的に権利が発生し、以後著作者の死後50年まで保護されるのが原則です。

○育成者権（種苗法に基づく）

種苗法は、「新品種の保護のための品種登録に関する制度、指定種苗の表示に関する規制などについて定めることにより、品種の育成の振興と種苗の流通の適正化を図り、もって農林水産業の発展に寄与する」ことを目的に制定されています。この法律により、植物新品種の育成者の権利（育成者権）が保護されています。

○不正競争防止法

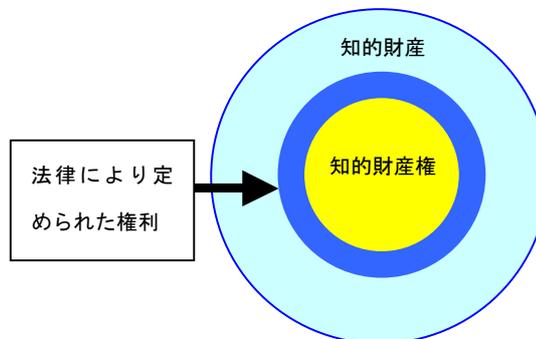
この法律は、「事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置などを講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与する」ことを目的に制定されています。営業秘密などはこの法律により保護されています。

参考：知的財産基本法における「知的財産」と「知的財産権」の定義

知的財産：

「知的財産」とは、発明、考案、植物の新品種、意匠、著作物その他の人間の創造的活動により生み出されるもの（発見又は解明がされた自然の法則又は現象であって、産業上の利用可能性があるものを含む。）、商標、商号その他事業活動に用いられる商品又は役務を表示するもの及び営業秘密その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報を言います。（知的財産基本法第二条第1項）

参考図 知的財産と知的財産権



知的財産権：

「知的財産権」とは、特許権、実用新案権、育成者権、意匠権、著作権、商標権その他の知的財産に関して法令により定められた権利又は法律上保護される利益に係る権利を言います。（知的財産基本法第二条第2項）

2 国の取組

（1）知的財産推進計画

知的財産に関する国の取組は、2002年2月に小泉総理大臣が「知的財産戦略を国家戦略とする」旨の施政方針演説を行ったことを契機としています。同年7月に「知的財産戦略大綱」がまとめられ、この知的財産戦略大綱を受けて11月には知的財産基本法が制定されました。さらに、2003年3月に内閣に知的財産戦略本部が設置され、「知的財産立国」の実現に向け、国を挙げて推進する体制が整備されています。

知的財産戦略本部は具体的活動計画として「知的財産推進計画」を毎年発表しており、知的財産の創造、保護、活用を三つの柱とした「知的創造サイクル」の推進を打ち出しています。この中で、「地域の知的財産戦略」について、以下のような取組の重要性を指摘しています。

①地域の中小企業の知的財産戦略を支援する体制を整備する

地域の中小企業の知的財産の戦略的な活用を支援するため、2005年度から地方経済産業局ごとに、地域の官民からなる「地域知的財産戦略本部」を新たに整備し、地域産業や地域の大学の特性等を活かした地域独自の「知的財産戦略計画」の策定を進めており、今後、同計画に基づき、人材データベースを構築するとともに、地域の知的財産の駆け込み寺などの関係機関や人材のネットワークなどを強化する。

②地域の自然資源などを生かした知的財産の創造及び活用を行う

自然資源（海洋生物、山間植物など）の中には、有効成分や有用な遺伝子を含むものも多くある。産学官連携により自然資源を利用した研究開発を行い、その成果について知的財産としての権利取得を行い、これを活用した新製品、新事業の開発に積極的に取り組むよう促し、研究開発活動を積極的に支援する。

③公共調達において知的財産を有効活用する

官公需契約において、中小・ベンチャー企業の知的財産を活用した製品を用いることがその目的達成上合理的と考えられる場合には、当該製品の優先的な調達が積極的に進められるよう運用の改善を行う。

④地域ブランドの保護制度を強化する

農林水産物などの地域ブランドの保護制度のあり方について、産品・製品などの競争力強化や地域の活性化、消費者保護などの観点から検討を行う。

⑤地域などの魅力あるコンテンツの保存や発信強化を図る

地域におけるデジタルコンテンツの制作や流通などの取組を促進し、伝統・文化デジタルアーカイブの拡充やネットワークの利活用を促進する。

⑥産学官の連携及び観光産業との連携を支援する

企業、大学、地方公共団体などの産学官が連携した取組を支援するとともに、「観光カリスマ塾」の実施や観光産業との連携の事業化支援、成功事例集の作成・公表などを通じて、地域ブランドと観光産業との連携を支援する。

このうち、「地域独自の知的財産推進計画」については、中部経済産業局において広域的な視点から「中部知的財産戦略推進計画」の策定が現在進められており、この計画により進められる取組に積極的に参画していくことも重要です。

また、「地域ブランド」については、2005年6月の商標法改正により、商標としての登録条件が緩和されました。具体的には「地域名と商品名（役務名）からなる商標（地名入り商標）」の登録が、全国的でなくても、隣接都道府県に及び程度の周知性を獲得した段階で認められるようになりました。「申請者が事業協同組合や農業協同組合などの地域の団体であること」などの制限はあるものの、これまでは「全国的な知名度」を獲得したものにだけ認められていた地域ブランドが、これからはより緩やかな条件で商標として登録できるため、地域経済の活性化に向け大きな効果を発揮することが期待されます。

（2）科学技術基本計画

文部科学省では、科学技術の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、総合科学技術会議の「科学技術に関する総合戦略」に関する答申を踏まえ、「第二期科学技術基本計画（2001年3月閣議決定）」をまとめています。科学技術は、尽きることのない知的資源であり、人類の生活、経済社会の発展に一層貢献するもので、世界の持続的発展の牽引車を担うものとして位置付けられています。

特に、次の科学技術基本計画重点8分野については、研究開発資源を優先的に配分することとしています。

- ① 少子高齢社会における疾病の予防・治療や食料問題の解決に寄与するライフサイエンス分野
- ② 急速に進展し、高度情報通信社会の構築と情報通信産業やハイテク産業の拡大に直結する情報通信分野
- ③ 人の健康の維持や生活環境の保全に加え、人類の生存基盤の維持に不可欠な環境分野
- ④ 広範な分野に大きな波及効果を及ぼす基盤であり、わが国が優勢であるナノテクノロジー・材料

分野

- ⑤エネルギー・セキュリティの確保や地球環境保全、効率化のためのエネルギー分野
- ⑥経済力の源泉として、世界でも最高水準にある、高精度加工技術などを基に革新的な技術開発を求められる製造技術分野
- ⑦安心、安全で、利便性や質が高く、快適な国民生活を支える社会基盤分野
- ⑧新たな活用領域として更なる展開が期待される宇宙、海洋などのフロンティア分野

また、この計画では、日本の科学技術政策の基本的な方向の一つとして「知の創造と活用により世界に貢献できる国」を掲げており、人間の知的活動の成果としての幅広い知識の創出と蓄積、それを有効に活用するための英知が求められるとしています。

知的財産権に関しては、基本計画の重要政策「優れた成果の創出・活用のための科学技術システム改革」で位置付けられ、「科学技術振興のための基盤の整備」項目の中で、「知的財産権制度の充実と標準化への積極的対応²⁰」として掲げられています。

また、「知的基盤の整備」として、研究者の研究開発活動、研究用材料、計量標準、計測・分析・試験・評価方法及びそれらに関わる先端的機器、関連するデータベースなどの知的基盤の整備が進められています。さらに、「地域における科学技術振興のための環境整備」項目の中では、「知的クラスター²¹」の形成が掲げられており、地域における科学技術振興のために環境整備を行うこととしています。

(3) 新産業創造戦略

経済産業省では、産業構造の将来展望を踏まえ、強い製造業の復活と雇用を生み出す様々なサービス業の創出によるダイナミックな産業構造転換を図ることが不可欠であるとし、「新産業創造戦略」（2004年5月）、さらにはその具体化をはかるための「新産業創造戦略2005」（2005年6月）を策定しています。この新産業創造戦略の中で、今後注力する戦略分野を定め、国を挙げて戦略的に取り組むこととしています。

20 科学技術基本計画における知的財産権に関連する項目「知的財産権制度の充実と標準化への積極的対応」は、次のとおりです。

「知的創造活動を促進する観点から、知的財産権の適切な保護は極めて重要である。従前より知的財産権保護のための国際的議論、制度整備が行われてきたが、引き続き以下のような取組を行う。

- ・国際的に通用する専門サービスの提供の促進、紛争処理機能の強化を図る。
- ・日米欧における共同先行技術調査・審査などに関する協力を進めるとともに、アジア諸国への知的財産権制度一般に関する支援を行う。特に、バイオテクノロジー、情報通信技術など先端的技術の適切な特許保護のための運用の明確化と国際的調和に向けた取組を強化する。

また、研究開発成果の普及などには、新たに開発された技術の市場化のための手段としての標準化への積極的な対応が必要となる。特に、ネットワーク社会の進展、異業種融合分野の拡大などから、国際標準を制するものが市場を制する時代ともなっており、また研究開発の成果を具体化した製品などに係る基準認証制度が国際的に同等なものであることが国際競争の中で極めて重要な要素となっている。このような状況にかんがみ、ISO（国際標準化機構）、IEC（国際電気標準会議）、ITU（国際電気通信連合）などにおける国際標準化活動に積極的に寄与するとともに、経済活動のグローバル化に対応した国際ルールの整備への積極的貢献を図る。さらに、アジア・太平洋諸国との戦略的な標準化協力関係を構築する。これらと併せて、標準化を意識した研究開発を実施するとともに、公的研究機関の標準化活動への参画を促進する。」

21 地域の知的創造の拠点たる大学などの公的研究機関を核とし、研究機関、ベンチャー企業などの研究開発型企業などによる国際的な競争力のある技術革新のための集積のことを言います。文部科学省の創生事業により「知的クラスター」の創成をめざす取組が2002年度から始まっています。

（新産業に関わる戦略7分野）

第一に、先端的な新産業として「燃料電池」「情報家電」「ロボット」「コンテンツ」の4分野を、市場ニーズの広がりに対応する新産業として「健康・福祉・機器・サービス」「環境・エネルギー・機器・サービス」「ビジネス支援サービス」の3分野を取り上げており、「知的財産戦略の確立と技術流出の防止」や「産学連携の強化」などを課題として挙げています。

この「新産業に関わる戦略7分野」の重点施策をまとめると、次のようになります。

①燃料電池

新たな開発・導入シナリオに基づく研究開発の加速化など

②情報家電

事業化シナリオに基づく川上—川中—川下産業の垂直連携強化、研究開発重点化など

③ロボット

官公需を含めた先進ユーザによる先行的モデル用途の開発など

④コンテンツ

コンテンツ産業の国際展開の促進などによるフロンティア拡大など

⑤健康・福祉・機器・サービス

「元気シニア立国」を目指した、健康サービス産業の総合的育成など

⑥環境・エネルギー・機器・サービス

環境・エネルギー分野の技術革新の確立など

⑦ビジネス支援サービス

職種別スキル準備の整備などによる、人材育成の強化など

（地域再生に関わる戦略4分野）

また、第二の柱として、地域再生を支える産業の創出戦略となる「地域を基盤とした先端産業」「ものづくり産業の新事業展開」「地域サービス産業の革新」「食品産業の高付加価値化」の4分野を重視しており、地域の資源に関する的確な認識のもと、特色のある産業構造や伝統・文化に立脚した総合的な地域戦略を持つ必要性を指摘しています。合わせて、地域社会を基盤とした協働による新商品・サービスの開拓と地域ブランド作りに力を入れることで、地域再生を促進する方針を示しています。

この「地域再生に関わる戦略4分野」の施策の方向性をまとめると、次のようになります。

①先端的な新事業の成長

世界的な競争力を持つ新規事業をスピーディに展開しやすい事業環境を作る。

②ものづくり産業の新事業展開

地域のものづくり企業が蓄積してきた技術・ノウハウや地域の伝統・文化を生かしつつ、新分野の事業が次々と展開されるような環境を作る。

③地域サービス産業の革新（集客交流、健康産業など）

顧客本位でホスピタリティに溢れ、付加価値の高い事業が次々とおこるような地域コミュニティをつくる。また、地域の魅力（事業集積、文化、伝統、景観など）を「地域ブランド」化して、発信していく。

④食品産業の高付加価値化

地場の食材を利用して、付加価値が高く、消費者に対して安心・安全と健康を提供する新商品が次々と生まれるような環境を作る。

(分野横断的な知的財産政策)

さらに、分野横断的な知的財産政策として、以下の戦略を掲げています。

- ①特許情報などの迅速な提供による研究開発効率の飛躍的向上を図る。
- ②世界特許制度実現に向け国際協力を促進する。
- ③地域再生を支える知的財産政策を推進する。
- ④「知財デバイド²²」を解消する。
- ⑤「個性競争」を促す知的財産政策を展開する。
- ⑥企業による知的財産の戦略的活用のための環境を整備する。

(4) 転換期の社会と働く者の生活

厚生労働省「働く者の生活と社会のあり方に関する懇談会」の報告書「転換期の社会と働く者の生活」(2004年6月)では、現在の日本は「工業社会」から「ポスト工業社会」への移行期であり、明治維新や第二次世界大戦の敗戦に匹敵する大きな転換点、いわば「第三の歴史的転換期」の中にあるとしています。

このポスト工業社会は、人が経済社会の主役となり、それぞれの資質、能力を成長・発展させ、「知恵」、「感性」、「思いやり」などそれぞれの能力を存分に発揮し、社会貢献することにより、生活の充実と社会の発展が図られるよう社会の価値観や枠組みの転換を目指していかなければならないとしています。

そして、そのために人の持っている多彩な資質・才能を伸ばし、開花させ、それぞれの能力を社会貢献に向けてることにより、文化、社会、経済にわたる多面的発展を遂げることを目標とする社会を、「人間開花社会²³」と呼んでいます。

つまり「人間開花社会」は、これまでに述べてきた、産業の知識集約化が社会の知識集約化につながっていくこと、そのためには知恵、ひいては知的財産を生み出し、あるいは活用していくことの大切さに通じるものと言えます。

22 大企業と中小企業との間にある知的財産戦略上の格差を言います。

23 同懇談会報告書では、「人間開花社会」実現のため、個人、企業、地域、政府へ提言したうえで、次のようにまとめています。「・・・このようにして実現する「人間開花社会」においては、一人一人の個人の生き方・働き方が、企業、地域、団体、ネットワークなどの活動に反映され、付加価値が作り出される事により、それぞれが個性的な特色を持つことができる。これまでの工業社会では、国や大企業中心の、「金太郎飴」のような画一的な経済発展を遂げてきたが、「人間開花社会」では、それが逆転する。個人、団体、企業、地域がレベルに応じそれぞれの特質を生かし、様々な価値を生み出し、それが刺激しあって新たな文化や活力を生み、経済社会を牽引する力となる。また、こうした姿は、グローバル化が進展する一方で、地方化が進んでいることとも相応している。わが国は、グローバルな経済社会の動きに同調するだけでなく、個人、様々な団体、地域からの個性ある活動を起こし、外へ向けて発信していくことで新たなアイデンティティーを獲得することができよう。」

第3章 知的財産に関する三重県の現状

この章では、各種統計データやアンケート調査、インタビュー調査の結果などから、知的財産に関する三重県の現状を明らかにします。

1 各種データから見た現状

(1) 産業界

(出願件数と登録件数の全国順位)

三重県における年次別の知的財産権の出願件数は、表1のとおりです。

特許の出願件数は1,219件～1,738件、全国順位は15位～21位の範囲で推移しています。

実用新案、意匠の出願件数は、ほとんど横ばいで推移している状態です。商標はやや上昇傾向がうかがえます。特許の出願件数の順位は、全国中位よりやや上回っているものの、商標は中位にあり、他の知的財産権は、中位よりやや下回っています。

表 1. 三重県の知的財産権（特許、実用新案、意匠、商標）の出願件数（特許行政年次報告書）

	2000年		2001年		2002年		2003年		2004年	
	件数	全国順位								
特許	1738	17	1636	17	1365	19	1219	21	1575	15
実用新案	33	34	36	34	54	22	37	30	48	24
意匠	161	25	191	25	131	27	170	26	181	25
商標	476	24	438	25	393	28	567	22	731	18

※統計数字には、企業だけでなく、三重県や大学、関係団体などを一部含みます。 (件) (位)

三重県における年次別の知的財産権の登録件数は、表2のとおりです。

特許の登録件数は、486件～605件、全国順位は14位～17位の範囲で推移しています。

他の知的財産権も、ほとんど横ばいで推移している状態です。特許や商標の登録件数の順位は、全国中位よりやや上回っているものの、他の知的財産権は、中位よりやや下回っています。

表 2. 三重県の知的財産権（特許、実用新案、意匠、商標）の登録件数（特許行政年次報告書）

	2000年		2001年		2002年		2003年		2004年	
	件数	全国順位								
特許	605	14	486	16	490	16	578	15	556	17
実用新案	54	27	32	33	44	27	42	27	46	26
意匠	134	26	116	25	133	25	125	24	120	26
商標	339	22	350	19	349	26	424	21	436	23

※統計数字には、企業だけでなく、三重県や大学、関係団体などを一部含みます。 (件) (位)

(製造品出荷額と特許登録件数)

三重県の製造品出荷額は、2002年は全国10位(2002年工業統計調査)となっています。製造品出荷額の順位に比べて、特許など知的財産権の登録件数の順位が低くなっており、産業面での活動に

比べ、知的財産面での活動が相対的にやや低いことがうかがえます。

（県内企業の産業別・規模別特許出願状況）

県内企業のうち、2003年の特許出願公開²⁴件数の上位69社（官公庁や関係団体を除く）について、産業別・規模別の特許出願公開状況について分析を行ったところ、結果は図1のとおりです。

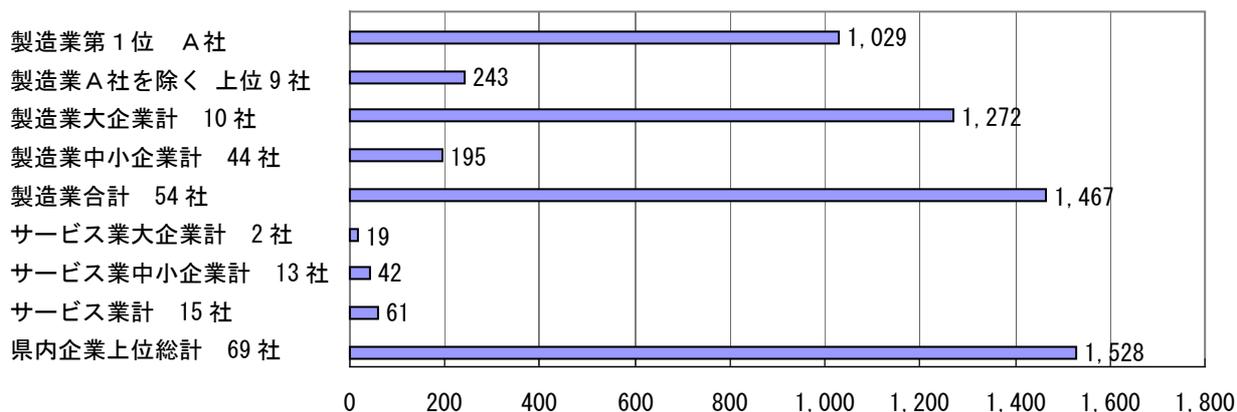
特許出願公開件数において、製造業の占める割合が54社で1,467件（96.0%）と大きく、そのうち、大企業10社で1,272件（83.2%）を占めている状況です。サービス業は、15社で61件（4.0%）にとどまっています。このことから、特許出願など知的財産に関する状況としては、製造業が主に担っていることがわかります。

これらの取組の特徴をまとめると、次のとおりとなります。

特許出願は、製造業（96.0%）がほとんどで、サービス業（4.0%）は少ない状況です。その中でも、特定大企業がその大半を占めています。（全出願件数のうち、製造業の大企業1社で67.3%、製造業の大企業計10社で83.2%となっています。）

図 1. 県内企業の産業別・規模別特許出願公開状況

（2003年上位69社（官公庁除く）科学技術振興センター調べ）



24 特許法には、「特許庁長官は、特許出願の日から1年6ヵ月を経過したときは、（中略）その特許出願について出願公開をしなければならない。」と定められており、発明者の氏名や明細書の記載事項などの特許の出願情報が公開されています。商標も出願公開されています。特許庁が毎年発行する特許行政年次報告書では、都道府県別の特許出願件数などが公表されています。

(2) 大学

(特許公開件数と全国順位)

都道府県別の大学における特許公開件数²⁵は、表3のとおりです。

三重県では、2004年に特許公開された大学が県内に2校しかなく、また、都道府県別の特許公開件数では全国23位となっている状況です。さらに、特許公開件数は、両大学合わせて7件で、全国平均の27.3件²⁶を下回っています。

表3. 都道府県別大学特許公開件数と大学数（特許行政年次報告書より作成、2004年）

都道府県	件 特許公開 数 開	順 位	大 特許公開 学 数 開	順 位	件 1 校あたり 数	順 位	都道府県	件 特許公開 数 開	順 位	大 特許公開 学 数 開	順 位	件 1 校あたり 数	順 位
東京都	516	1	28	1	18.4	4	富山県	7	23	1	22	7.0	18
神奈川県	95	2	7	2	13.6	6	鹿児島県	7	23	1	22	7.0	18
大阪府	76	3	7	2	10.9	9	岩手県	6	26	1	22	6.0	21
石川県	68	4	4	7	17.0	5	鳥取県	6	26	1	22	6.0	21
愛知県	63	5	7	2	9.0	11	香川県	6	26	1	22	6.0	21
京都府	61	6	5	5	12.2	8	熊本県	4	29	2	14	2.0	33
奈良県	45	7	2	14	22.5	2	福井県	4	29	1	22	4.0	26
福岡県	33	8	5	5	6.6	20	佐賀県	4	29	1	22	4.0	26
広島県	27	9	3	10	9.0	11	沖縄県	4	29	1	22	4.0	26
埼玉県	25	10	3	10	8.3	14	群馬県	3	33	1	22	3.0	32
千葉県	25	10	3	10	8.3	14	大分県	2	34	2	14	1.0	35
北海道	24	12	4	7	6.0	21	山梨県	2	34	1	22	2.0	33
岐阜県	24	12	1	22	24.0	1	青森県	1	36	1	22	1.0	35
宮城県	22	14	1	22	22.0	3	秋田県	1	36	1	22	1.0	35
新潟県	19	15	2	14	9.5	10	福島県	1	36	1	22	1.0	35
兵庫県	17	16	4	7	4.3	25	茨城県	1	36	1	22	1.0	35
長野県	17	16	2	14	8.5	13	栃木県	1	36	1	22	1.0	35
岡山県	15	18	2	14	7.5	17	滋賀県	1	36	1	22	1.0	35
島根県	13	19	1	22	13.0	7	和歌山県	1	36	1	22	1.0	35
静岡県	12	20	3	10	4.0	26	山口県	1	36	1	22	1.0	35
長崎県	8	21	2	14	4.0	26	宮崎県	1	36	1	22	1.0	35
高知県	8	21	1	22	8.0	16	全国	1284		122		10.5	
三重県	7	23	2	14	3.5	31							

25 2005年版特許行政年次報告書に公表されている2004年国内大学別特許公開件数のデータを大学の本部のある都道府県ごとに集計したものです。

26 大学特許公開件数1,284件を都道府県数47（件数のない山形、徳島、愛媛3県を含む）で除したものを全国平均としました。

(県内大学別特許公開件数と全国順位)

三重県における年次別の大学別特許公開件数²⁷と全国順位は、表4のとおりです。

三重大学の特許公開件数は、2001年が1件で、全国順位が53位、2003年が11件で、同20位、2004年が6件で、同42位(122校中)です。しかし、三重大学の2004年の件数は、前年に比べると減っていますが、これは後に述べる株式会社三重ティーエルオー(以下、三重TLO²⁸と表記)の件数が大きく増えている(2003年1件から2004年18件)ためです。この出願とあわせて考えると特許に関しては、2003年以降は積極的に出願²⁹していることがうかがえます。

また、鈴鹿医療科学大学の2004年の特許公開件数は1件で、全国順位が86位(122校中)です。

表4. 三重県における大学別特許公開件数(特許行政年次報告書)

	2001年		2002年		2003年		2004年	
	件数	全国順位	件数	全国順位	件数	全国順位	件数	全国順位
三重大学	1	53	2	54	11	20	6	42
鈴鹿医療科学大学					1	68	1	86
全国		-		-	925	全91校	1,284	全122校

(TLOにおける特許公開件数と全国順位)

三重TLOは、2002年2月に大学の研究者などの出資により設立された承認TLO³⁰で、三重大学を始めとする県内の大学などの研究成果や技術を、産業界に移転するための組織です。三重TLOの特許公開件数の状況は、表5のとおりです。全国的には、25機関中14位と中位よりやや下回っています。特許公開件数は、2003年の1件から2004年には、18件と大きく増えています。

27 2004年122校中の順位は、①日本大学109件②早稲田大学107件③慶應義塾大学91件④東京大学77件⑤東海大学62件⑥奈良先端科学技術大学院大学44件⑦東京工業大学43件⑧金沢工業大学40件⑨大阪大学35件⑩名古屋大学34件となっており、県内の大学とは大きな差があります。

28 TLOは、Technology Licensing Organizationを略したもので、大学などの研究成果や新技術を、産業界に移転するための橋渡し役となる組織(技術移転機関)です。

29 2005年度の三重大学の特許など出願件数は、1月末現在で既に69件(出願予定含む)あります。

30 大学等技術移転促進法に基づき文部科学省及び経済産業省より承認を受けたTLOを言います。

表 5. 承認 T L O 別特許公開件数 (特許行政年次報告書より作成、2004 年)

出願人	件数	割合	順位	出願人	件数	割合	順位
財団法人理工学振興会	135	18.0%	1	株式会社新潟ティーエルオー	18	2.4%	14
財団法人大阪産業振興機構	77	10.3%	2	株式会社三重ティーエルオー	18	2.4%	14
関西ティー・エル・オー株式会社	61	8.2%	3	北海道ティー・エル・オー株式会社	16	2.1%	16
株式会社産学連携機構九州	59	7.9%	4	財団法人浜松科学技術研究振興会	16	2.1%	16
財団法人くまもとテクノ産業財団	46	6.1%	5	農工大ティー・エル・オー株式会社	11	1.5%	18
タマティーエルオー株式会社	42	5.6%	6	有限会社金沢大学ティ・エル・オー	11	1.5%	18
財団法人北九州産業学術推進機構	39	5.2%	7	株式会社筑波リエゾン研究所	7	0.9%	20
株式会社東北テクノアーチ	37	4.9%	8	株式会社テクノネットワーク四国	6	0.8%	21
財団法人生産技術研究奨励会	36	4.8%	9	財団法人日本産業技術振興協会	4	0.5%	22
有限会社山口ティー・エル・オー	35	4.7%	10	株式会社キャンパスクリエイト	3	0.4%	23
財団法人新産業創造研究機構	30	4.0%	11	有限会社大分 T L O	1	0.1%	24
株式会社山梨ティー・エル・オー	20	2.7%	12	財団法人名古屋産業科学研究所	1	0.1%	24
よこはまティーエルオー株式会社	19	2.5%	13	合計	748	100.0%	

(県内大学の特許件数の状況)

県内の大学の特許出願など知的財産の状況については、T L O の出願件数をあわせて考えると、決して少なくない状況です。

全体としては、大学の絶対数が少ないこともあって、大都市圏と比べて、全国順位は中位よりやや低くなっています。

(3) 知的財産専門家

(弁理士登録人数と全国順位)

知的財産を権利化し、保護するために、特許などの出願から権利取得までの大きな役割を担う弁理士登録人数と全国順位は、表6のとおりです。

三重県における弁理士登録人数は、2004 年末時点で6人で、全国順位では22位となっています。全国の弁理士数は6,002人で、そのうち60%以上を東京都の弁理士が占めています。一方、三重県内の弁理士の割合は0.1%となっています。

表 6. 都道府県別弁理士登録人数（特許行政年次報告書より作成、2004 年末現在）

事務所所在地	人数	割合	順位	事務所所在地	人数	割合	順位
東京都	3,716	61.91%	1	福井県	5	0.08%	24
大阪府	946	15.76%	2	山梨県	5	0.08%	24
神奈川県	356	5.93%	3	愛媛県	5	0.08%	24
愛知県	262	4.37%	4	熊本県	5	0.08%	24
兵庫県	103	1.72%	5	宮城県	4	0.07%	30
千葉県	90	1.50%	6	徳島県	4	0.07%	30
埼玉県	81	1.35%	7	香川県	4	0.07%	30
京都府	77	1.28%	8	沖縄県	4	0.07%	30
茨城県	40	0.67%	9	山形県	3	0.05%	34
静岡県	39	0.65%	10	鳥取県	3	0.05%	34
福岡県	36	0.60%	11	佐賀県	3	0.05%	34
岐阜県	30	0.50%	12	青森県	2	0.03%	37
滋賀県	20	0.33%	13	秋田県	2	0.03%	37
長野県	19	0.32%	14	和歌山県	2	0.03%	37
奈良県	16	0.27%	15	島根県	2	0.03%	37
広島県	16	0.27%	15	山口県	2	0.03%	37
北海道	15	0.25%	17	高知県	2	0.03%	37
岡山県	13	0.22%	18	長崎県	2	0.03%	37
群馬県	12	0.20%	19	鹿児島県	2	0.03%	37
栃木県	7	0.12%	20	岩手県	1	0.02%	45
石川県	7	0.12%	20	大分県	1	0.02%	45
富山県	6	0.10%	22	宮崎県	1	0.02%	45
三重県	6	0.10%	22	国外	15	0.25%	-
福島県	5	0.08%	24	計	6,002	100.00%	
新潟県	5	0.08%	24				

（特許流通アドバイザー）

特許の円滑な流通の拡大と普及を図るため、知的財産権とその流通に関する専門家である特許流通アドバイザー³¹が特許庁から知的所有権センターなどの地域やTLOに派遣されています。都道府県別に、地域に派遣された特許流通アドバイザー数は表7のとおりです。特許流通アドバイザーは全国に73名おり、三重県には1名います。

31 特許流通アドバイザーは、特許庁から各都道府県の知的所有権センターやTLOに派遣され、無料指導・相談及びPR活動を実施しています。特許導入を希望する企業に対するアドバイスや研究機関・大学が有する特許の地域産業界への移転の支援などを行っています。

表 7. 都道府県別特許流通アドバイザー数

(独立行政法人工業所有権情報・研修館データより作成、2005年6月現在)

都道府県	人数	割合	順位	都道府県	人数	割合	順位
大阪府	5	6.8%	1	神奈川県	1	1.4%	20
北海道	3	4.1%	2	新潟県	1	1.4%	20
東京都	3	4.1%	2	富山県	1	1.4%	20
愛知県	3	4.1%	2	石川県	1	1.4%	20
福岡県	3	4.1%	2	福井県	1	1.4%	20
宮城県	2	2.7%	6	山梨県	1	1.4%	20
秋田県	2	2.7%	6	三重県	1	1.4%	20
山形県	2	2.7%	6	滋賀県	1	1.4%	20
群馬県	2	2.7%	6	京都府	1	1.4%	20
埼玉県	2	2.7%	6	奈良県	1	1.4%	20
千葉県	2	2.7%	6	和歌山県	1	1.4%	20
長野県	2	2.7%	6	鳥取県	1	1.4%	20
岐阜県	2	2.7%	6	島根県	1	1.4%	20
静岡県	2	2.7%	6	岡山県	1	1.4%	20
兵庫県	2	2.7%	6	徳島県	1	1.4%	20
広島県	2	2.7%	6	愛媛県	1	1.4%	20
山口県	2	2.7%	6	高知県	1	1.4%	20
香川県	2	2.7%	6	佐賀県	1	1.4%	20
宮崎県	2	2.7%	6	長崎県	1	1.4%	20
青森県	1	1.4%	20	熊本県	1	1.4%	20
岩手県	1	1.4%	20	大分県	1	1.4%	20
福島県	1	1.4%	20	鹿児島県	1	1.4%	20
茨城県	1	1.4%	20	沖縄県	1	1.4%	20
栃木県	1	1.4%	20	計	73	100.0%	

2 アンケート調査、インタビュー調査などによる現状

(1) 調査の概要

(アンケート調査とインタビュー調査の目的)

三重県内における知的財産に対する意識や取組の実態を把握するため、「製造業」「地場産業」「大学など高等教育機関、研究機関」などを対象とするアンケート調査を実施するとともに、農林水産業、製造業、地場産業、サービス業それぞれにおいて、特色ある取組をしている企業や団体を対象にインタビュー調査を行いました。

(アンケート調査内容)

アンケート調査は2005年9月～11月にかけて実施、集計しました。総発送数682通に対して、

有効回収数は227通となり、回収率は33.3%でした。その内訳は、製造業186(579)、ITコンテンツ産業5(20)、民間研究機関10(26)、大学など高等教育機関など9(16)、市町村17(41)でした。※()内は、アンケート調査票配布の数

なお、三重県内の市町村については合併が進み、29市町となっていますが、2005年11月現在の41市町村を対象に行ったため、以下では「市町村」と表記しています。

分析の根拠としたアンケート調査結果は、主に次の5種類です。

- 県内製造業（うち、従業員300人以下の中小企業）
- 県内製造業（うち、従業員301人以上の大企業）
- IT、コンテンツ産業
- 大学など高等教育機関、公的研究機関
- 市町村

（インタビュー調査内容）

インタビュー調査については、三重県において特色のある産業や、知的財産権に関して特色のある取組をしている企業などを対象に2005年9月～10月にかけて実施しました。

インタビュー調査先は下記のとおりです。

○農林水産業（三重ブランド ³² 、農林水産業）系企業・組合	9社
○製造業	7社
○地場産業（陶磁器、真珠、鋳物、酒造、荒茶加工など）企業など	10社
○サービス業	4社
	計30社

（2）産業界

① 産業界(製造業)が直面している課題

ア. 経営上の課題

三重県内の製造業を対象に、複数選択方式で「経営上の課題」について質問したところ、図2のような結果が得られました。

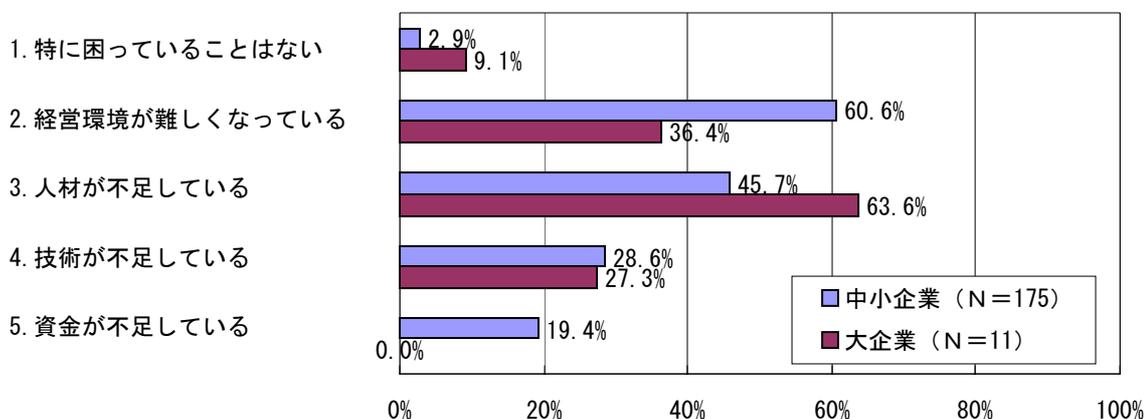
従業員300人以下の中小企業（以下「中小企業」と言います。）については、回答の多い項目は「経営環境が厳しくなっている（60.6%）」「人材が不足している（45.7%）」という順となりました。

一方、従業員301人以上の大企業（以下「大企業」と言います。）については、回答の多い項目は「人材が不足している（63.6%）」「経営環境が厳しくなっている（36.4%）」の順となりました。

32 三重県のイメージアップを図り、県産品全体の評価の向上や観光誘客の促進など地域活性化を図ることを目的として創設された「品目(もの)+事業者(人)」を対象とする県の認定制度です。三重ブランドのコンセプトは「自然を生かす技術」です。この言葉は「自然や伝統を守り育む意志や自然との共生、共存を図りながら自然を引き出す知恵」を意味しており、現在、8品目（真珠、松阪牛、伊勢えび、的矢かき、あわび、伊勢茶、ひじき、ひのき）及び37関係事業者が認定されています。

上位2項目は中小企業、大企業ともに共通していますが、中小企業が「経営環境の厳しさ」を大企業は「人材不足」をより強く感じていることがうかがえます。

図 2. 経営上の課題(アンケート調査結果³³による)



イ. 競争上の課題

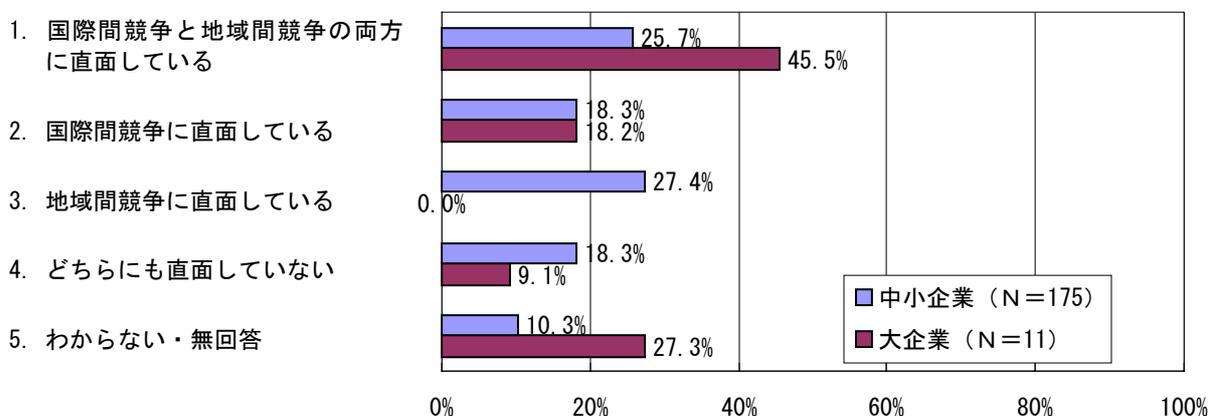
三重県内の製造業を対象に、単独選択方式で「競争上の課題」について質問したところ、図3のような結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「地域間競争に直面している(27.4%)」、「国際間競争と地域間競争の両方に直面している(25.7%)」の順となりました。

一方、大企業については、回答の多い項目は「国際間競争と地域間競争の両方に直面している(45.5%)」、「国際間競争に直面している(18.2%)」の順となりました。

中小企業では、「地域間競争に直面している」、大企業では、「国際間競争と地域間競争の両方に直面している」という回答が最も多くなっています。大企業だけでなく、中小企業でも、「国際間競争と地域間競争の両方に直面している」の回答が多く、競争の激しさがうかがえます。

図 3. 競争上の課題(アンケート調査結果による)



33 グラフ中の「N=〇〇」は、回答のあった数を表します。

インタビュー調査結果によると、地場産業においては、地域特産物や伝統工芸品など、海外からの安い輸入品との競争が激化しているなど、厳しい状況がうかがえます。

ウ. 製品やサービスについて重視している内容

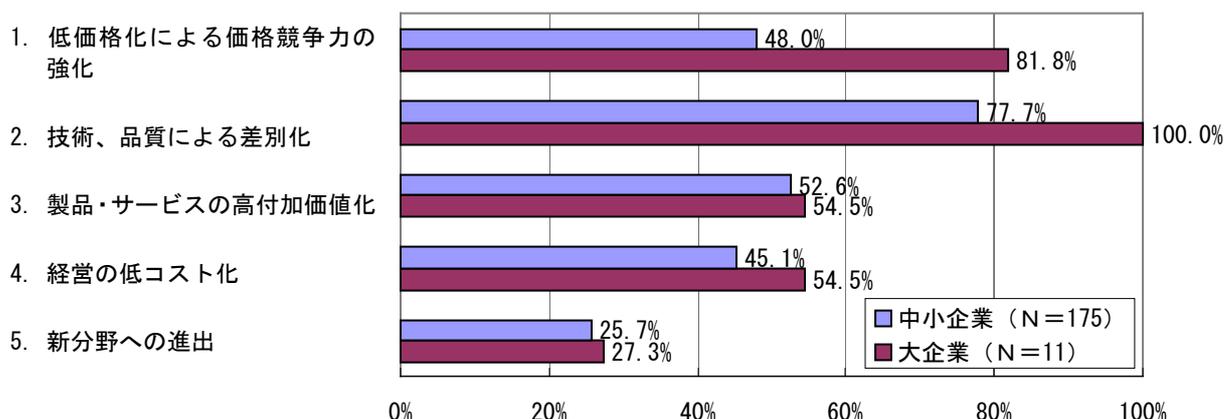
三重県内の製造業を対象に、複数選択方式で「製品やサービスについて重視している内容」について質問したところ、図4のような結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「技術、品質による差別化（77.7%）」、「製品・サービスの高付加価値化（52.6%）」の順となりました。

一方、大企業については、回答の多い項目は「技術、品質による差別化（100.0%）」、「低価格化による価格競争力の強化（81.8%）」の順となりました。

中小企業、大企業ともいずれの場合も「技術、品質による差別化」が最も多くなっています。

図 4. 製品やサービスについて重視している内容(アンケート調査結果による)



インタビュー調査結果からも、特許を「他社製品との技術的な差別化」と認識している企業が多く、大企業や海外企業との競争を勝ち抜くため、「技術、品質による差別化」が重視されていることがうかがえます。

エ. 今後必要となる取組

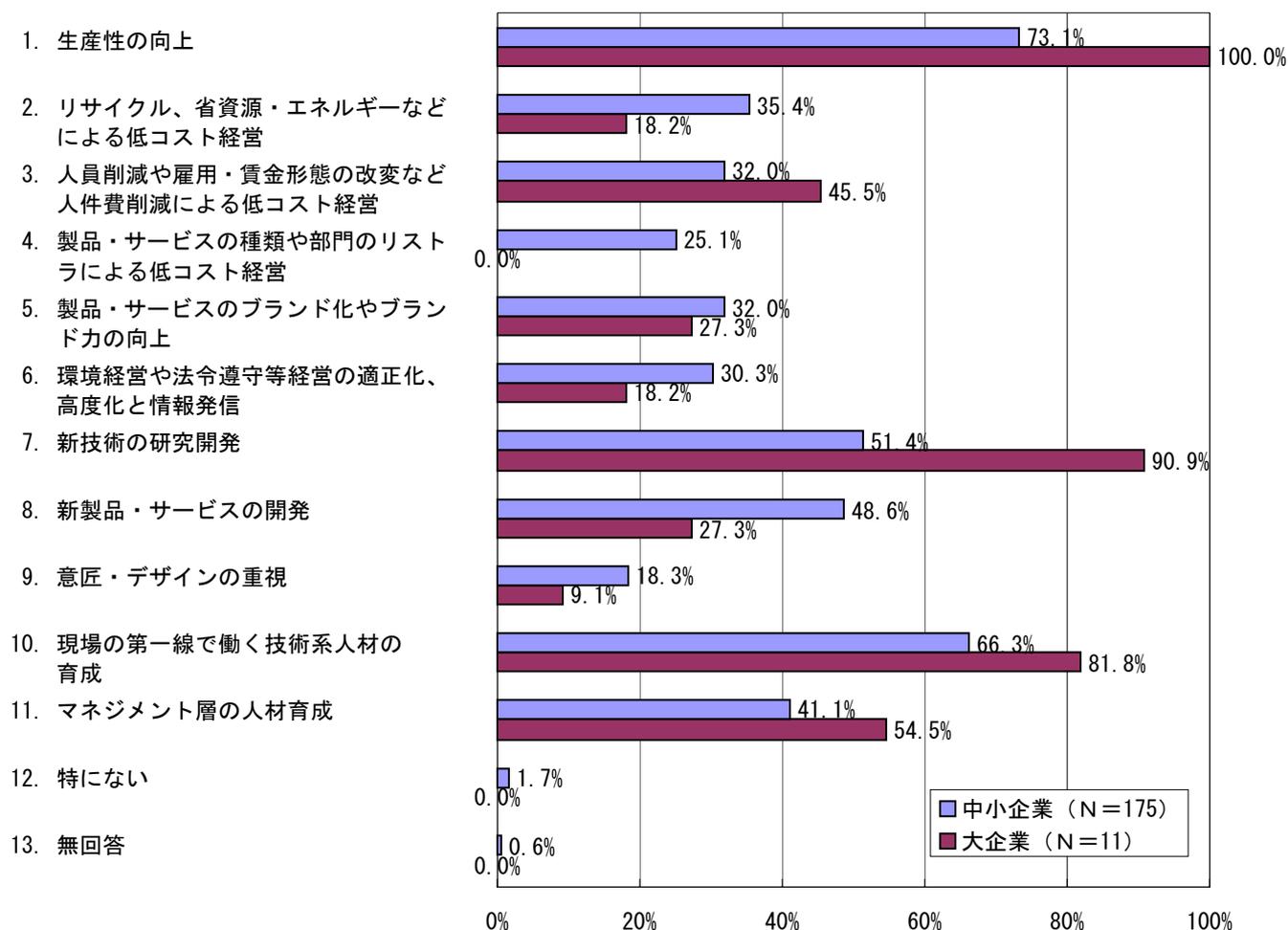
三重県内の製造業を対象に、複数選択方式で「今後必要となる取組」について質問したところ、図5のような結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「生産性の向上（73.1%）」、「現場の第一線で働く技術系人材の育成（66.3%）」の順となりました。

一方、大企業については、回答の多い項目は「生産性の向上（100.0%）」、「新技術の研究開発（90.9%）」の順となりました。

中小企業、大企業とも「生産性の向上」が最も多く、「現場の第一線で働く技術系人材の育成」や「新技術の研究開発」などがそれに続きます。

図 5. 今後必要となる取組(アンケート調査結果による)



インタビュー調査結果によると、伝統工芸や製造業において技術を継承する人材の育成を必要な取組として挙げています。

② 製造業と知的財産

ア. 知的財産に関する関心

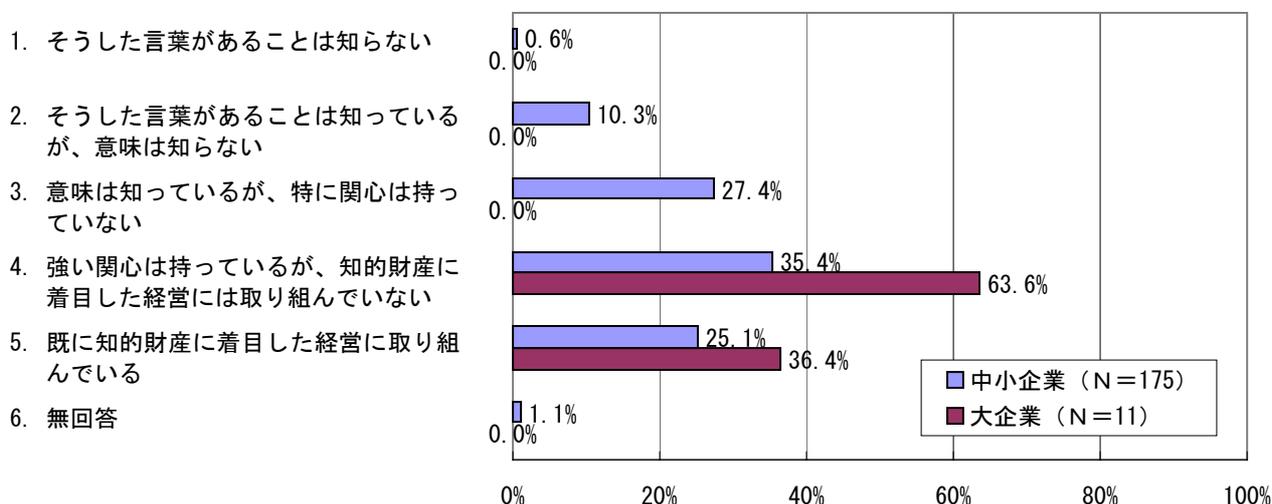
三重県内の製造業を対象に、単独選択方式で「知的財産・知的財産権に関する関心」について質問したところ、図6のような結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「強い関心を持っているが、知的財産に着目した経営には取り組んでいない(35.4%)」、「意味は知っているが、特に関心は持っていない(27.4%)」、「既に知的財産に着目した経営に取り組んでいる(25.1%)」の順となりました。

一方、大企業については、回答の内訳は、「強い関心を持っているが、知的財産に着目した経営には取り組んでいない(63.6%)」「既に知的財産に着目した経営に取り組んでいる(36.4%)」となりました。

中小企業、大企業とも「強い関心を持っているが、知的財産に着目した経営に取り組んでいない」が最も多くなっていることがわかります。

図 6. 知的財産・知的財産権に関する関心(アンケート調査結果による)



インタビュー調査結果によると、人材不足などから知的財産に関する専任の担当者を置けないことが多く、知的財産に関心を示しながらも「どのように取り組んだらよいかわからない」という現状が見受けられます。また、消費者に直接販売しない事業者では、製品に関して特許を取得したとしても販売量が伸びるとは限らないという消極的な意見も出ています。伝統工芸などの製造業では、後継者不足の問題などもあり、特許や商標に関して十分な検討が行われていないという状況もありました。

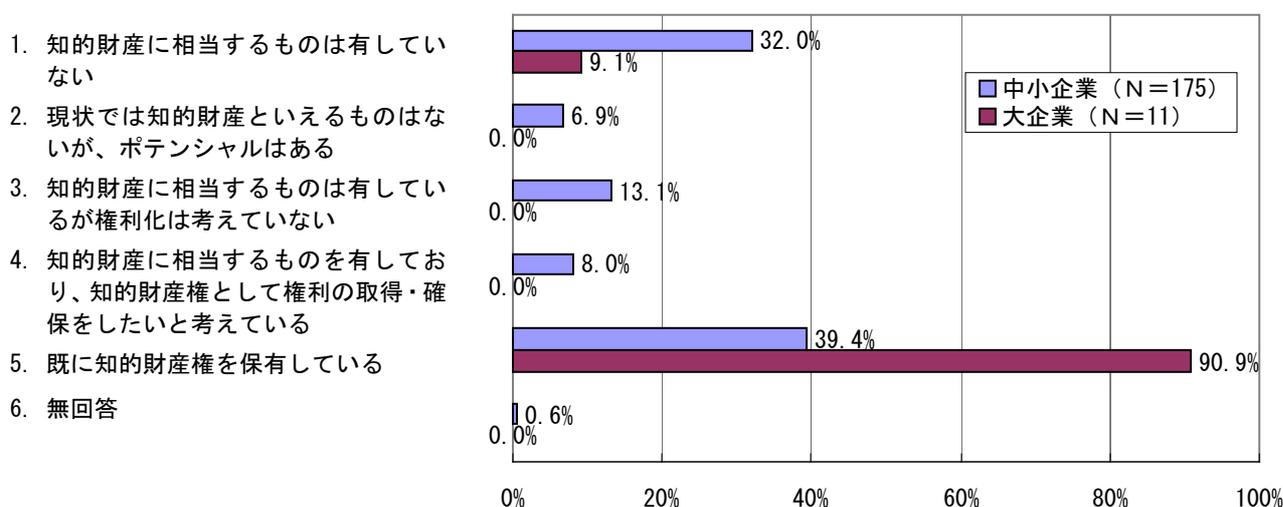
イ. 知的財産の保有状況

三重県内の製造業を対象に、単独選択方式で「知的財産・知的財産権の保有状況」について質問したところ、図7のような結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「既に知的財産権を保有している(39.4%)」、「知的財産に相当するものは有していない(32.0%)」の順となりました。知的財産権を保有している企業に、権利化したいと考えている企業を加えると、全体の半数程度となっています。

一方、大企業については、回答の内訳は「既に知的財産権を保有している(90.9%)」「知的財産に相当するものは有していない(9.1%)」となりました。

図 7. 知的財産・知的財産権の保有状況(アンケート調査結果による)



ウ. 知的財産を活用した経営への取組

(知的財産を活用した経営への取組)

三重県内の製造業を対象に、単独選択方式で「知的財産・知的財産権を活用した経営への取組」について質問したところ、図8のような結果が得られました。

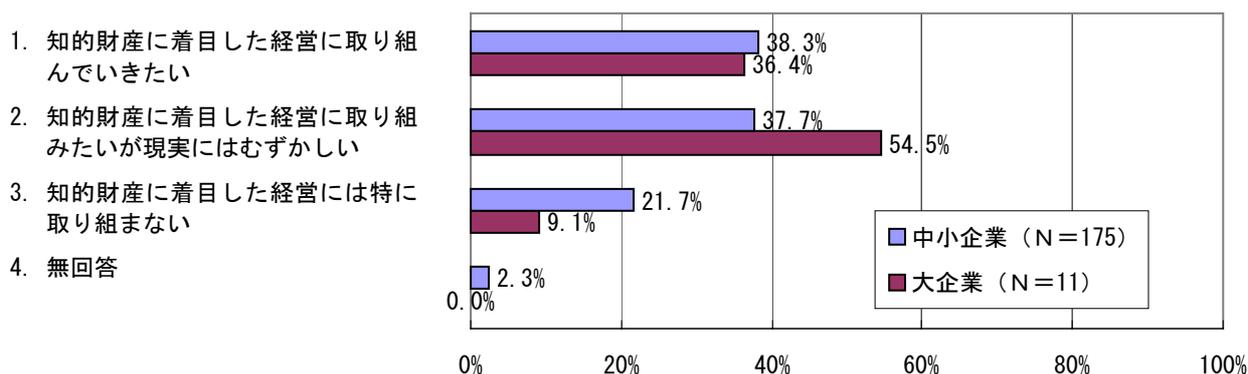
中小企業については、回答の多い項目は「知的財産に着目した経営に取り組んでいきたい(38.3%)」、「知的財産に着目した経営には取り組みたいが現実にはむずかしい(37.7%)」の順となりました。

「取り組んでいきたい」と「取り組みたいがむずかしい」という回答が多く、知的財産に着目した経営をしたいという意識は多くの中小企業が持っていることがわかりますが、実行に移すには課題があるという現実がうかがわれます。

一方、大企業については、回答の多い項目は「知的財産に着目した経営には取り組みたいが現実にはむずかしい(54.5%)」、「知的財産に着目した経営に取り組んでいきたい(36.4%)」の順となりました。

知的財産に着目した経営をしたいという意識は多くの企業が持っていることがわかりますが、大企業においても、実行に移すには課題があるという現実がうかがわれます。

図 8. 知的財産及び知的財産権を活用した経営への取組(アンケート調査結果による)



インタビュー調査結果によると、特許などの知的財産を「技術的区別性や信頼性を担保する有効な道具」とし、知的財産に着目した経営を行っている企業が多く見受けられます。

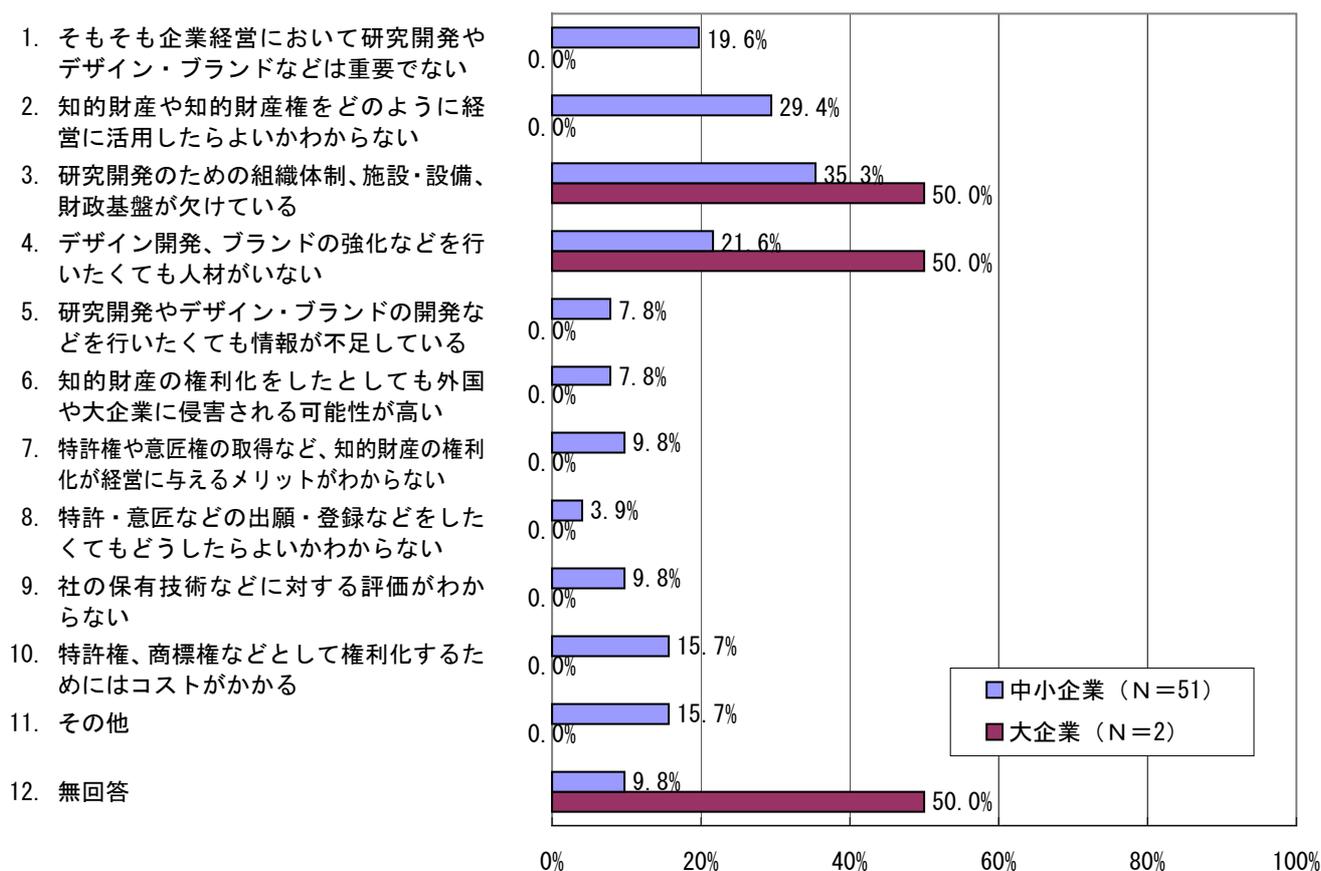
（知的財産経営に取り組めない理由）

さらに、「知的財産に着目した経営には特に取り組まない」と回答のあった企業を対象に、複数選択方式で「知的財産経営に取り組まない、あるいは取り組めない理由」について質問したところ、図9の結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「研究開発のための組織体制、施設・設備、財政基盤が欠けている（35.3%）」、「知的財産や知的財産権をどのように経営に活用したらよいかわからない（29.4%）」、「デザイン開発、ブランドの強化などを行いたくても人材がいない（21.6%）」の順となりました。

中小企業では、体制や人材などにより研究開発ができないという事情もありますが、「どのように経営に活用したらよいかわからない」という回答が上位に来ており、こうした認識が知的財産経営に取り組まない、あるいは取り組めない理由において小さくないようです。

図 9. 知的財産経営に取り組まない、あるいは取り組めない理由（アンケート調査結果による）



インタビュー調査結果によると、知的財産に着目した経営に取り組みたいが、コストや体制上の問題から、現実に取り組むことはむずかしいと考える事業者も数多く存在することがわかりました。

一方、酒造企業では、自社で商標を積極的に取得したことで業績を維持していると考えられる企業も存在しています。

エ. 注目している知的財産の分野

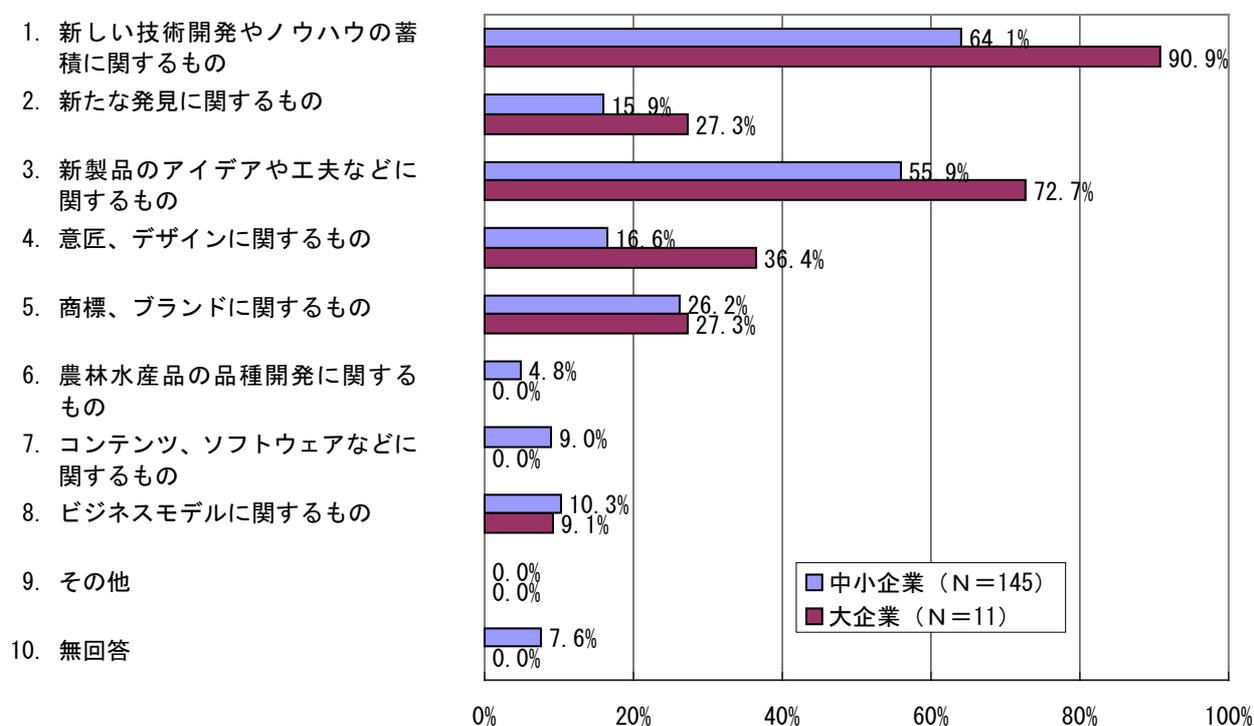
三重県内の製造業を対象に、複数選択方式で「注目している知的財産の分野」について質問したところ、図 10 のような結果が得られました。

中小企業については、回答の多い項目は「新しい技術開発やノウハウの蓄積に関するもの(64.1%)」、「新製品のアイデアや工夫などに関するもの(55.9%)」の順となりました。

一方、大企業については、回答の多い項目は「新しい技術開発やノウハウの蓄積に関するもの(90.9%)」、「新製品のアイデアや工夫などに関するもの(72.7%)」の順となりました。

中小企業、大企業とも同じような傾向が出ています。

図 10. 注目している知的財産の分野(アンケート調査結果による)



オ. 知的財産に関する支援策

三重県内の製造業を対象に、複数選択方式で「知的財産に関する支援策として重要と思われるもの」について質問したところ、図 11 のような結果が得られました。

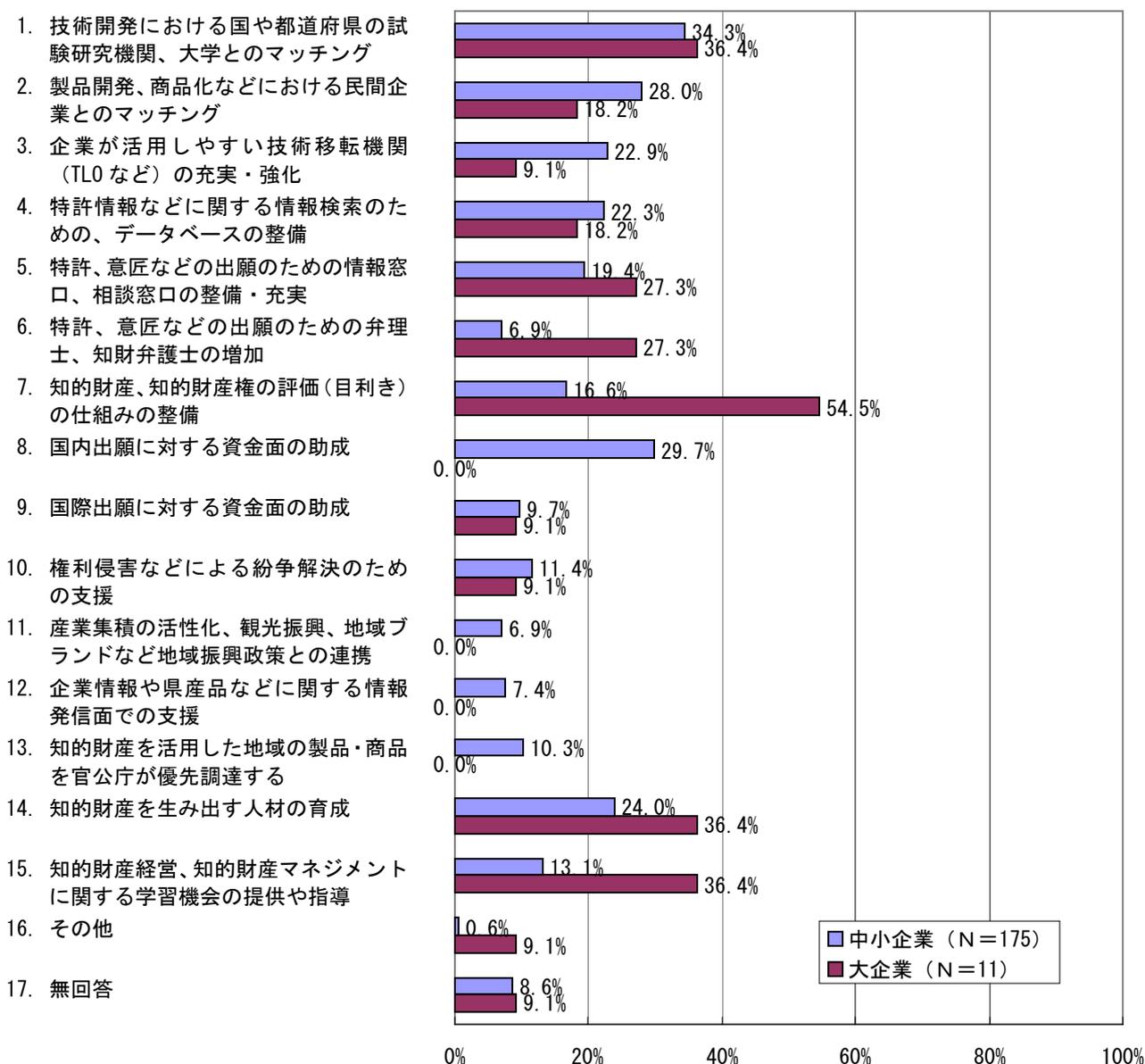
中小企業については、回答の多い項目は「技術開発における国や都道府県の試験研究機関、大学とのマッチング(34.3%)」「国内出願に対する資金面の助成(29.7%)」「製品開発、商品化などにおける民間企業とのマッチング(28.0%)」の順となりました。

中小企業においては、「試験研究機関、大学とのマッチング」や「民間企業とのマッチング」のニーズが強いことから、産学や産学官、産と産のマッチングについて推進していく必要性が示唆されてい

ます。

一方、大企業については、回答の多い項目は「知的財産・知的財産権の評価（目利き）の仕組みの整備（54.5%）」「技術開発における国や都道府県の試験研究機関、大学とのマッチング（36.4%）」「知的財産を生み出す人材の育成（36.4%）」「知的財産経営、知的財産マネジメントに関する学習機会の提供や指導（36.4%）」の順となりました。

図 11. 知的財産に関する支援策として重要と思われるもの（アンケート調査結果による）



インタビュー調査結果によると、要望の多かった支援策は、「特許、商標、意匠登録などの出願に対する資金面の助成」と「技術開発における国や都道府県の試験研究機関、大学とのマッチング」でした。この他に、技術的な観点からマッチングなどの「コーディネート機能の充実」や単なる特許情報の検索だけでなく、特許化の評価ができるアドバイザーを配置した「特許相談窓口の設置」や「特定分野における特許情報の提供」、「販路開拓の支援」などが挙げられています。また、研究開発に対す

る支援として「長期に渡る継続的な財政支援」を望む企業もありました。

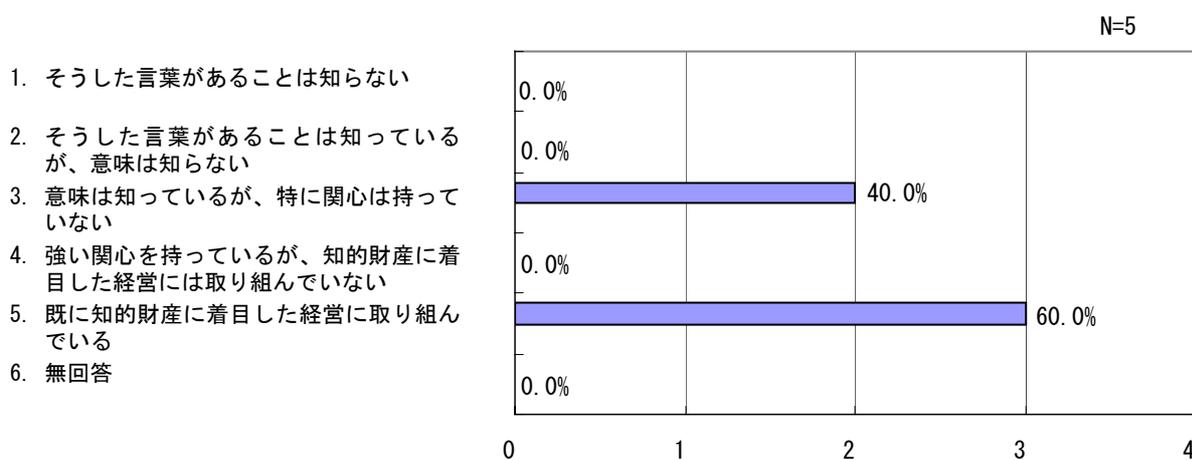
③ IT、コンテンツ、観光、サービス産業と知的財産

ア. 知的財産に関する関心

三重県内のIT、コンテンツ産業を対象に、単独選択方式で「知的財産・知的財産権に関する関心」について質問したところ、5社の回答があり、図12のような結果が得られました。

回答の内訳は、「既に知的財産に着目した経営に取り組んでいる（3社）」「意味は知っているが、特に関心は持っていない（2社）」となりました。

図12. 知的財産・知的財産権に関する関心(アンケート調査結果による)



インタビュー調査結果によると、物流や運送業などにおいて、ノウハウを特許化するなど関心の高いところもある一方で、知的財産に着目した経営について、従業員への啓発ができないなどの意見もありました。

イ. 知的財産の保有状況

三重県内のIT、コンテンツ産業を対象に、単独選択方式で「知的財産・知的財産権の保有状況」について質問したところ、5社の回答があり、3社が「既に知的財産権を保有している」との結果でした。

インタビュー調査結果からも、観光関連企業においては、商標などを保有している企業や物販部門においてビジネスモデル特許を保有している企業もあるなど多様な状況です。

ウ. 知的財産を活用した経営への取組

三重県内のIT、コンテンツ産業を対象に、単独選択方式で「知的財産・知的財産権を活用した経営への取組」について質問したところ、5社の回答があり、「知的財産に着目した経営に取り組んでいきたい（3社）」「知的財産に着目した経営には取り組みたいが現実にはむずかしい（2社）」となりました。

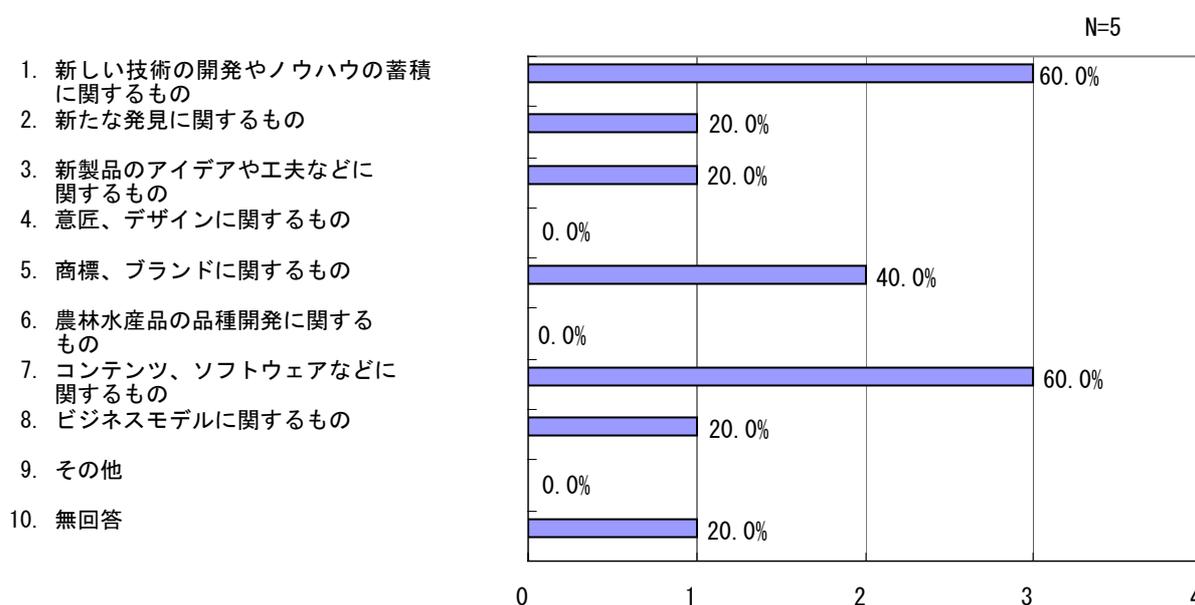
インタビュー調査結果からも、知的財産権を活用した経営に積極的な企業もいくつかありました。

エ. 注目している知的財産の分野

三重県内のIT、コンテンツ産業を対象に、複数選択方式で「注目している知的財産の分野」について質問したところ、5社の回答があり、図13のような結果が得られました。

回答の多い項目は、「新しい技術の開発やノウハウの蓄積に関するもの（3社）」、「コンテンツ、ソフトウェアなどに関するもの（3社）」、「商標、ブランドに関するもの（2社）」の順となりました。製造業とは傾向が大きく異なり、コンテンツなどの開発に注目していることがわかります。

図13. 注目している知的財産の分野(アンケート調査結果による)

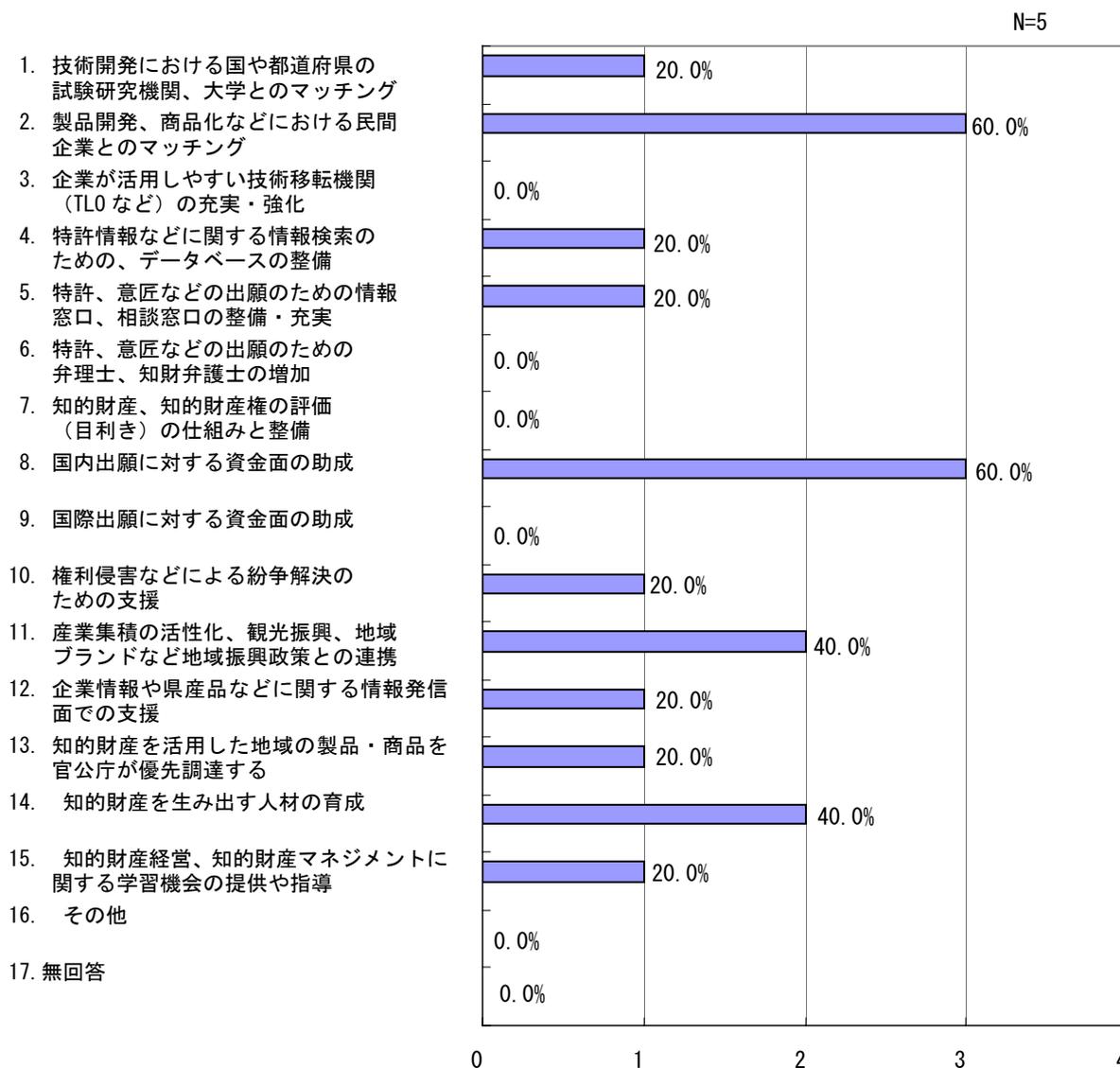


オ. 知的財産に関する支援策

三重県内のIT、コンテンツ産業を対象に、複数選択方式で「知的財産に関する支援策として重要と思われるもの」について質問したところ、5社の回答があり、図14のような結果が得られました。

「製品開発、商品化などにおける民間企業とのマッチング（3社）」、「国内出願に対する資金面の助成（3社）」が回答の多い項目となりました。

図 14. 知的財産に関する支援策として重要と思われるもの（アンケート調査結果による）



インタビュー調査結果によると、集客交流サービス関係企業では、知的財産の専門的人材の不足から、連携体制を強化するコーディネート機能や人材教育に対する支援、特に、知的財産に関する専門的人材や、知的財産を意識した技術者の不足が問題で、高等学校からの人材教育があると知的財産に関する経営も盛り上がるとの指摘がありました。また、「特定分野における特許情報の提供」、単なる特許情報の検索だけでなく、技術的な観点から特許化の取捨選択ができるアドバイザーを配置した「特許相談窓口の設置」や「販路開拓の支援」などのニーズがありました。

運輸関係企業では、廃棄物輸送業も行っていますが、廃棄物に関連する分野の特許情報の取得に苦戦しており、支援策として、「特定分野における特許情報の提供」が必要になると指摘しています。

観光関係企業では、伊勢志摩などの観光関連産業や遊園地などの集客交流サービス産業などの今後の課題として、三重ブランドを消費者に向けてPRすることが重要と指摘する企業がありました。また、観光産業とあわせて、「土産物販売業」に力を入れ、今後も、観光客に三重県産の品質の良さをア

ピールする取組を行うことが重要とする意見が出ています。

④ 農林水産業と知的財産

ア. 知的財産に関する関心

地域の資源を生かした独自の取組により、ブランド化に成功している農林水産関連事業者インタビュー調査を行いました。

インタビュー調査の結果、「知的財産・知的財産権に関する関心」について、全体としてはあまり高くないものの、独自の取組により農林水産物を高付加価値化し、それを保証するものとして地域ブランドの確立に意欲的な事業者が多いことがわかりました。

イ. 知的財産の保有状況

「知的財産・知的財産権の保有状況」については、商標がほとんどでした。インタビュー調査結果では、地域特産物のブランド化によるイメージアップが見込めることから、商標を積極的に保有していることがわかりました。商標は信頼性を担保するツールとして他の製品との差別化戦略に有効的に利用されています。地域ブランドの例として、松阪牛や的矢かきの例が挙げられます。また、環境浄化の特許の保有がありました。

ウ. 知的財産を活用した経営への取組

三重ブランドや「あのりふぐ」など商標を生かした取組の例がいくつか見られます。

エ. 注目している知的財産の分野

県農水商工部で2004年12月に実施したアンケート調査³⁴の結果によると、食品製造業を対象に「みえ地物一番の日」に取り組んで、「三重県産の原材料を使った新商品開発に取り組んだ」かどうかを質問したところ、回答は「新商品を開発」が20%、「新商品を開発中」が32%、「特に行わなかった」が34%でした。

農林水産業においては、三重県の風土や地形、歴史、文化、立地条件などの特徴を生かした野菜や果樹、お茶、畜産、林業、漁業、養殖業など多様な産業が営まれています。品質のよい産品が多くあり、全国的に通用するブランドもいくつか見受けられます。農業分野においては、花き、茶、みかんなどの出荷額、漁業分野では漁獲高において全国上位にあります。

このことから、三重県において、地産地消に対する消費者ニーズの高まりから、食品製造事業者などが地域の農林水産資源を活用して新商品を開発しようとする動きが活発になってきている状況と言えます。

34 農林水産業、食品製造業、食品卸販売業など、食品小売業を対象に「みえ地物一番の日」に取り組んでの変化についてアンケートを行いました。取扱量や販売額の変化や三重県産の原材料を使った新商品開発の取組などについて調査しています。

オ. 知的財産に関する支援策

「知的財産に関する支援策として重要と思われるもの」については、インタビュー調査結果によると、観光振興、地域ブランドなど地域振興政策との連携によるPRなどのニーズがありました。また、技術的な支援や専門家の育成の要望がありました。このためには、県及び大学の指導が不可欠であるとしています。また、県内には専門の指導者、研究者が少ないため、「専門家の紹介」などの支援が必要との指摘がありました。

三重ブランドや観光関係では、観光産業との連携・タイアップの必要性についても示唆されています。観光地やホテルで優先的に商品を取り扱ってもらうことで、三重ブランドなど地域特産物の販売を促進し、観光客の呼び込みにも効果的であると考えられます。

三重ブランドについては、各地区の産品を包摂するブランドとして、効果的であると評価されており、高品質を保證するブランドとして今後一層のPRによる消費者への浸透が期待されています。

(3) 大学等

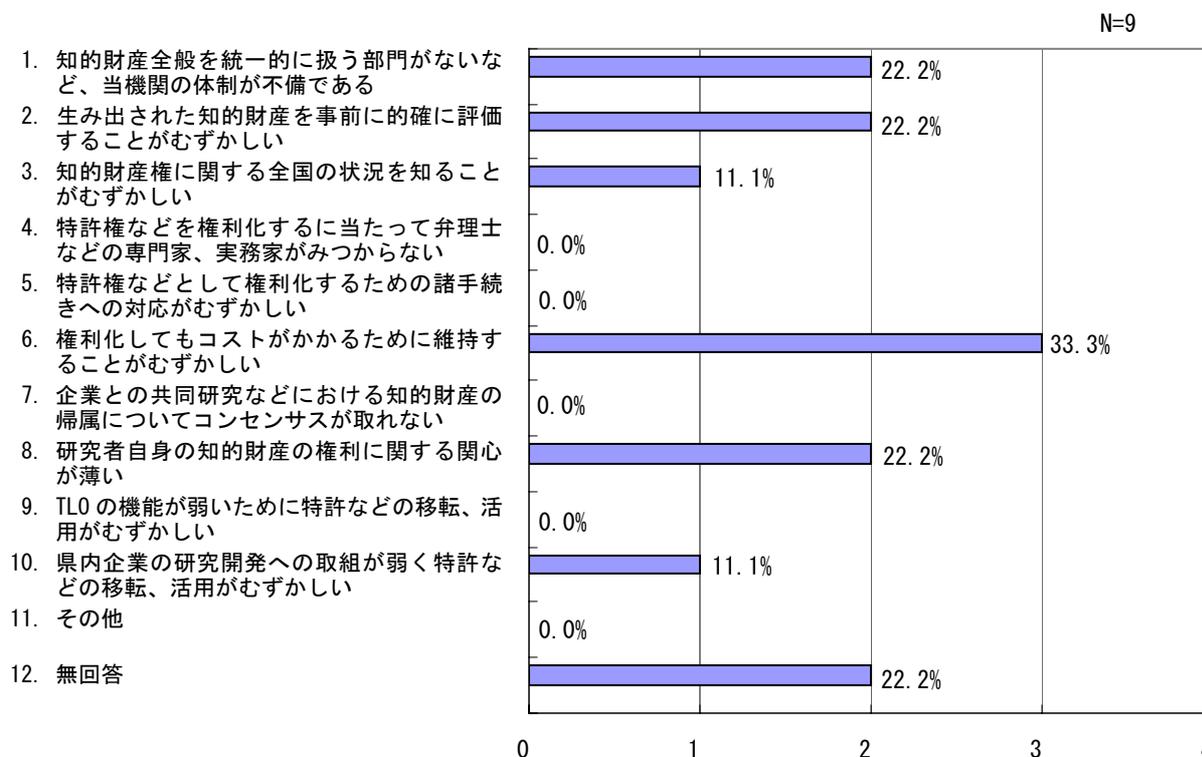
ア. 知的財産に関する問題点

三重県内の大学など高等教育機関や研究機関(以下「大学等」と言います。)を対象に、複数選択方式で「知的財産・知的財産権に関する問題点」について質問したところ、9件の回答があり、図 15 のような結果が得られました。

回答の多い項目は、「権利化してもコストがかかるために維持することがむずかしい(33.3%)」、「知的財産全般を統一的に扱う部門がないなど体制の不備(22.2%)」、「生み出された知的財産を事前の的に評価することがむずかしい(22.2%)」、「研究者自身の知的財産の権利に関する関心が薄い(22.2%)」の順となりました。

TLOの設置、大学発ベンチャーの増加、産学連携プロジェクトの強化などに伴い、知的財産への取組がなされているにもかかわらず全体としては、その意識が行き渡っていないものと考えられます。

図 15. 知的財産に関する問題点(アンケート調査結果による)



イ. 知的財産の創造、保護、活用に関する問題点

三重県内の大学等を対象に複数選択方式で「知的財産・知的財産権の創造、保護、活用に関する問題点」について質問したところ、9件の回答があり、図16～18のとおりとなりました。

創造の面では、「事業化に結びつく研究開発目標の設定がむずかしい(55.6%)」、「事業化に結びつく研究開発に対する資金面の支援が弱い(11.1%)」などの課題が挙げられています。

保護の面では、「特許出願などの面で知的財産のマネジメントを行うための組織体制や人材が弱体である(66.7%)」、「研究者の間で特許取得など知的財産の権利化に関する意識が弱い(33.3%)」の順となりました。

活用の面では、「活用面から知的財産のマネジメントを行うための組織体制や人材が弱体(77.8%)」、「知的財産をもとに民間企業と実用化研究を行う意識が弱い(22.2%)」の順となりました。

図 16. 大学等における知的財産の創造面の問題点

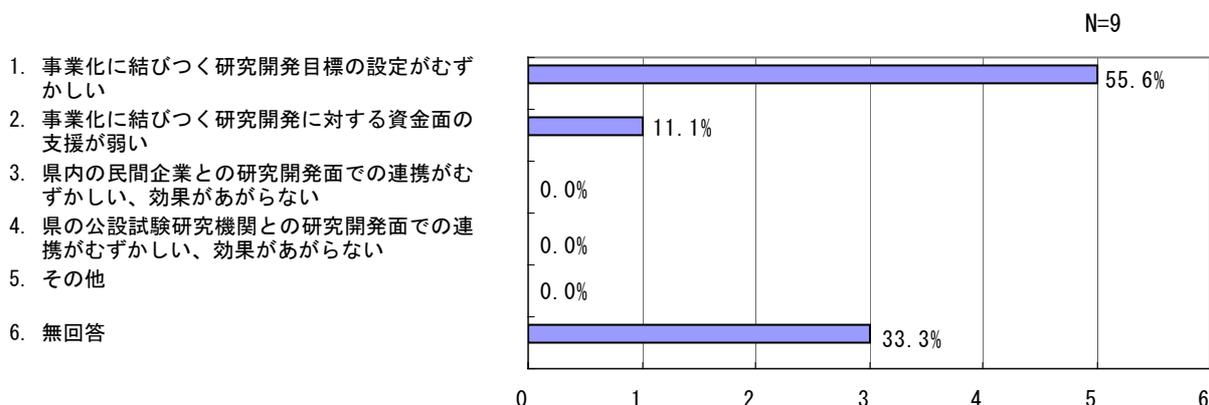


図 17. 大学等における知的財産の保護面の問題点

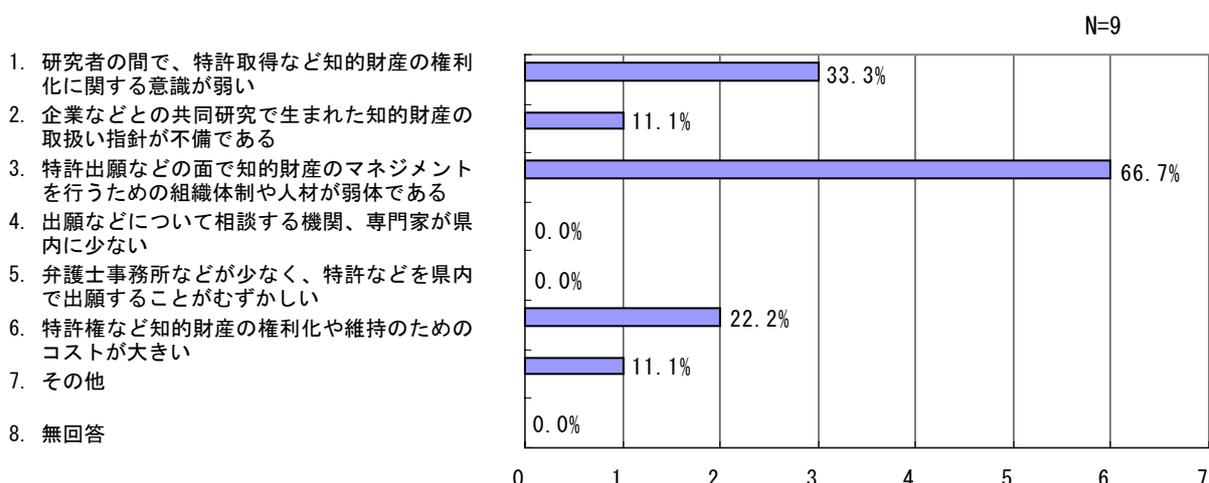
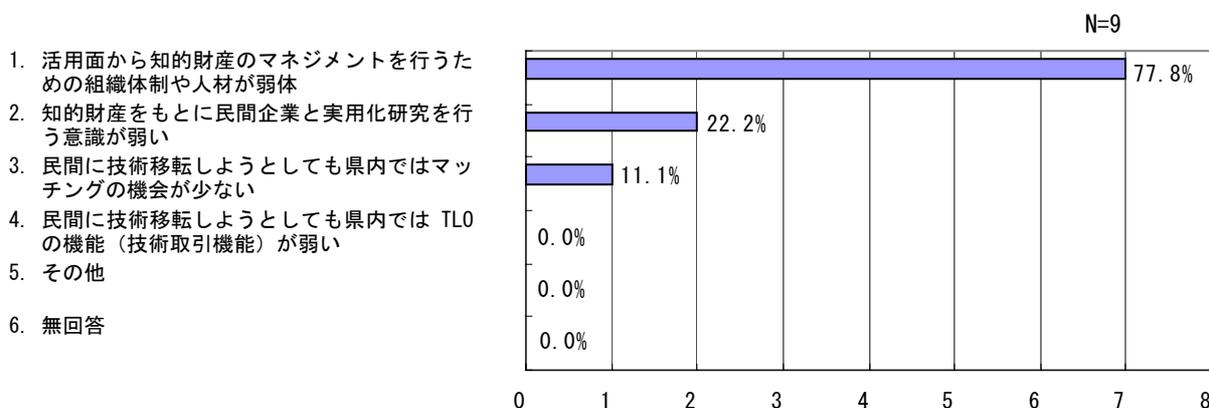


図 18. 大学等における知的財産の活用面の問題点

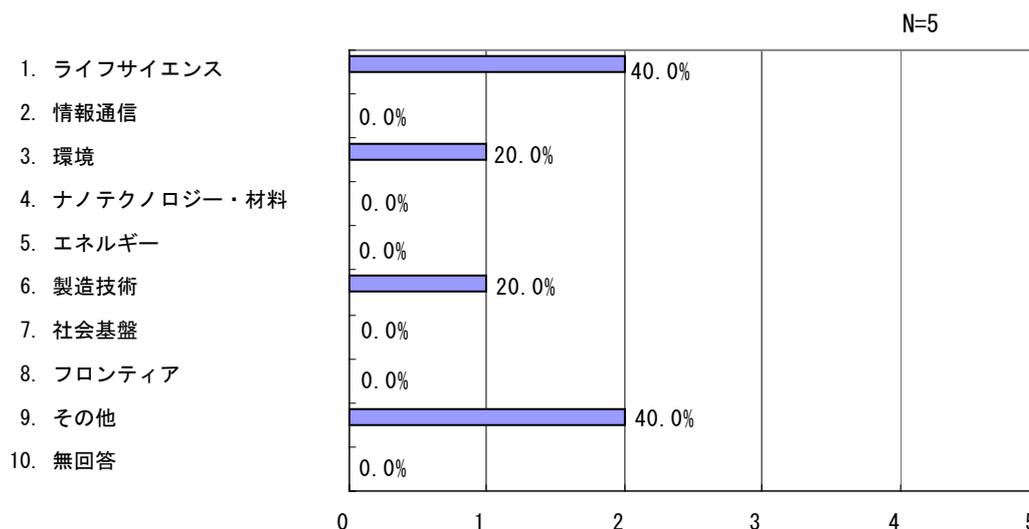


ウ. 知的財産の保有状況

三重県内の大学等を対象に、複数選択方式で「知的財産・知的財産権の保有状況」について質問したところ、5件の回答があり、図19のような結果が得られました。

重点8分野では、ライフサイエンス分野が2件、環境、製造技術分野がそれぞれ1件でした。

図19. 保有する知的財産権の分野（重点8分野）（アンケート調査結果による）

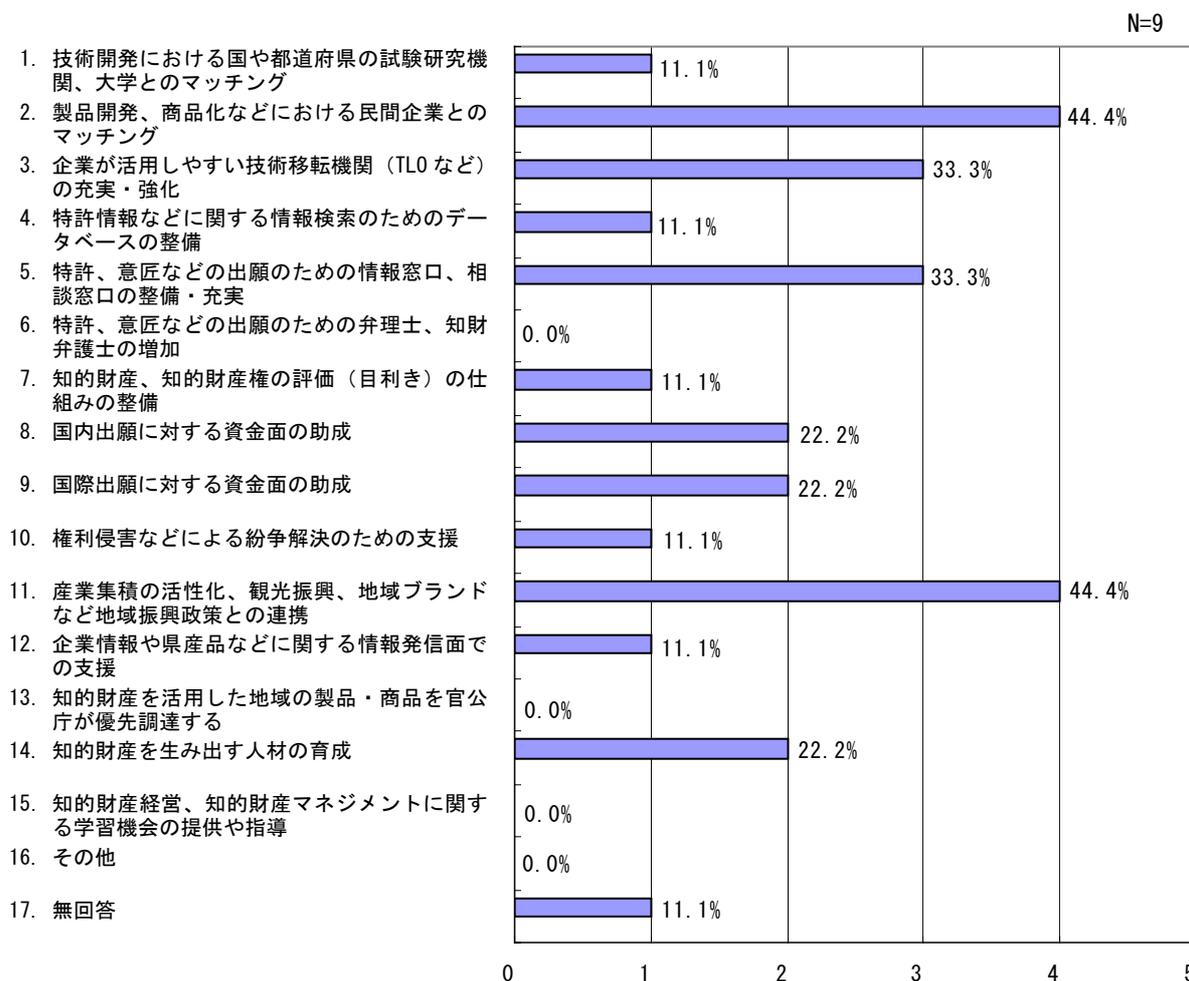


エ. 知的財産に関する支援策

三重県内の大学等を対象に、複数選択方式で「知的財産に関する支援策として重要と思われるもの」について質問したところ、9件の回答があり、図20のような結果が得られました。

回答の多い項目は、「製品開発、商品化などにおける民間企業とのマッチング（44.4%）」、「産業集積の活性化、観光振興、地域ブランドなど地域振興政策との連携（44.4%）」、「企業が活用しやすい技術移転機関（TLOなど）の充実・強化（33.3%）」、「特許、意匠などの出願のための情報窓口、相談窓口の整備・充実（33.3%）」の順になりました。

図 20. 知的財産に関する支援策として重要と思われるもの(アンケート調査結果による)



(4) 行政

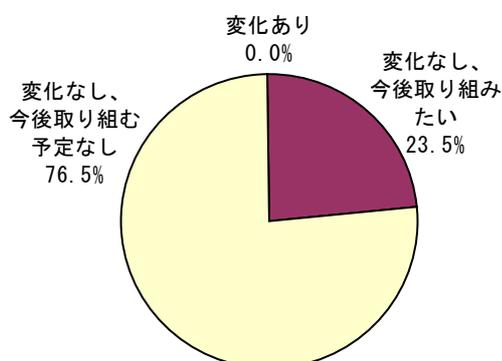
① 市町村

市町村における「知的財産・知的財産権に関する関心」については、所掌する施策と知的財産が直接関係を持つケースが少ないため、関心度は低くなっています。

「知的財産に関する新たな取組」について質問したところ、17市町村(2005年11月時点)から図21のような結果が得られました。

回答の内訳は「今後、取り組む予定なし(76.5%)」、「今後取り組みたい(23.5%)」となりました。大半の市町村では、知的財産に対する関心が低いようです。

図 21. 知的財産に関する新たな取組(アンケート調査結果による)



「知的財産・知的財産権の保有状況」について質問したところ、41市町村中、17市町村から回答があり、商標権を保有している市町村が2市町村(11.8%)ありました。(他に1市町村が出願中)

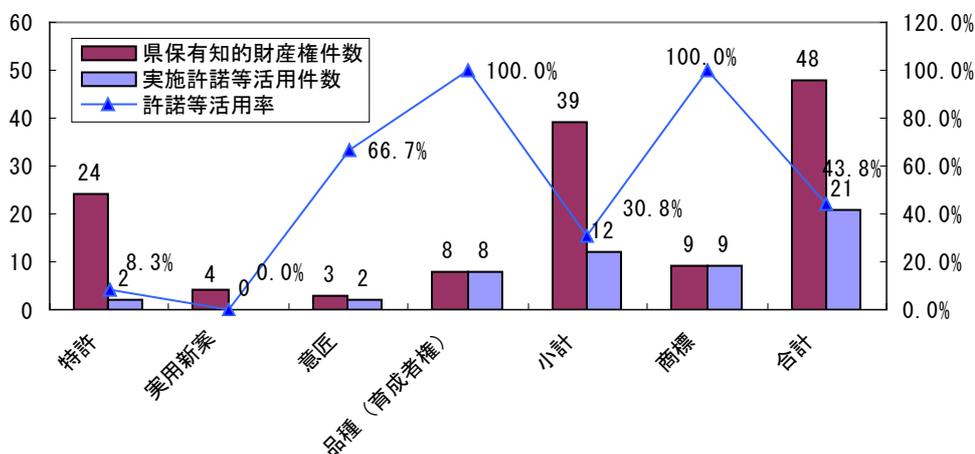
② 県

ア. 知的財産の保有状況

県における「知的財産・知的財産権の保有状況」については、図 22 のとおりです。

県では、知的財産権を、総計 48 件(2006 年 1 月 31 日現在)を保有しています。内訳は、特許 24 件、実用新案 4 件、意匠 3 件、新品種(育成者権) 8 件、商標 9 件です。このうち、実施許諾などで活用されているものは特許 2 件、意匠 2 件、品種 8 件、商標 9 件の計 21 件です。全体の活用率は、43.8%ですが、商標を除く知的財産権の活用率は 30.8%、特許の実施許諾などの活用率は、8.3%と特に低く、商標や品種を除くと、全般に活用率は低い状況です。特許などの取得件数は増えてつありますが、活用が十分でない状況と言えます。

図 22. 三重県における知的財産権の保有状況(2006 年 1 月 31 日現在科学技術振興センター調べ)



イ. 三重県の取組

県では、科学技術振興センターを中心に、知的財産の創造面での取組を推進しています。例えば、英虞湾の水環境保全・再生に向けて、地元関係者の積極的な協力の下で産学官連携により研究開発を進めている地域結集型共同研究事業「閉鎖性海域における環境創生プロジェクト」や新たな発光・励起・電源デバイスに関する研究開発を進めている「都市エリア産学官連携促進事業」など、地域の環境保全や新産業創造による地域活性化をめざした知的財産の創造を図っています。

また、活用面では、主に農水商工部、(財)三重県産業支援センターや三重県知的所有権センターを中心に取り組んでいます。

例えば、農水商工部では、燃料電池実証試験などへの支援を行い、地域への燃料電池技術の集積を進めるとともに、情報収集や発信などの取組を進めています。今後、三重大学などとの連携を図りながら、新たな燃料電池に関する国のプロジェクトを誘致するとともに、地域資源と新エネルギーをベストミックスした燃料電池活用モデルの検討により、水素エネルギー社会の構築に貢献することを目標として取り組んでいきます。また、「燃料電池」、「ロボット」などの基盤技術の確立を図り、新産業の創造を促進するため、研究開発機能強化を図っています。このため、国内外一線級研究者との連携や研究開発人材の育成を進めるとともに、地元自治体や産業界と協働して、研究開発を促すための仕組みづくりを進めています。さらに、環境と経済の両立を可能とする社会を構築するため、エコプロダクツの開発など具体的な手法の検討を進めています。

(財)三重県産業支援センターにおいては、中小企業・ベンチャー企業を対象とした中小企業経営改革チャレンジ支援事業により、経営改革をめざすため、知的財産権取得や専門家の派遣による活用に向けた財政的・人的支援を行っています。

三重県知的所有権センターにおいては、中小企業向けに特許情報の提供やアドバイスなど特許流通の促進を図るなど、中小企業・ベンチャー企業の知的財産活用に関する環境整備を行っています。

第4章 知的財産に関する三重県の課題

この章では、前章までの現状分析と認識を踏まえたうえで、三重県の課題を整理します。

1 知的財産を取扱う四つの観点

（知的財産を扱うために）

知的財産を有効に使っていくためには、その本質を理解したうえで上手に取扱っていく必要があります。知的財産は、お金や土地と違って、目に見えない、形に現れない部分が多いことから、知的財産がどのような性質のものなのか、どのような点に気を付ければよいのか、などを考えていく必要があります。

知的財産に関する三重県の課題をまとめるために、知的財産の「関心を高める（環境づくり）」、「生み出す（創造）」、「守る（保護）」、「使いこなす（活用）」という四つの観点からみてみます。

（知的財産の環境づくり）

知的財産の創造、保護、活用の取組が活発になる環境づくりに必要なものは、知的財産を大切にす意識づくりです。その意識を高めていくためには、啓発などの取組を充実していくことが必要です。

また、知的財産の大切さを理解できる人を多く育てていくことも重要です。そのためには、小中学生から知的財産に触れて、その大切さを実感することが近道かもしれません。そして、高校、大学と進むにつれ、より詳しい知的財産学習も必要となるでしょう。

これらの環境づくりにおける課題を解決していくことが、知的財産の創造、保護、活用の知的創造サイクルを活性化するうえで、基礎的な条件となっています。

（知的財産の創造）

まず、知的財産をつくることは、時間がかかるものと考えることが必要です。今日つくれと言って、明日何かが生まれるわけではありません。長い研究期間、試行錯誤の期間を経て、ようやく日の目を見るものも珍しくありません。それどころか、日の目を見ない研究も山ほどありますし、生まれた研究成果を権利化しようとしても、何でも認められるというものでもありません。

また、たとえ権利化できたとしても、その技術が製品として開発され、市場に流通するまでには相当の期間が必要になります。特に、近年生まれてくる製品には、様々な技術要素が複合化されています。この複合化し、日進月歩する技術に対応していくには、時には組織を超え、企業や大学といった枠組みを超えて研究しなくては解決できないものが増えてきています。このため、様々な主体が関わる「共同研究」は、知的財産を生み出すための重要なキーワードの一つと言えるでしょう。

（知的財産の保護）

知的財産を守るには、特許などのように、権利化することによって法的な保護を得ることが基本となります。開発者などは、知的財産を権利化することによって、その技術を独占的に、安心して使用

することができます。また、自分では使わなくても、ライバルに使われたくない技術を押さえておくために権利化する場合（一般的に防衛特許³⁵と言います）もあります。一方、権利化するということは、技術などの内容が人々の目に触れる³⁶ということでもありますから、真似されたということを証明しにくいもの、ノウハウ、営業秘密などは権利化せずに内部に留めておいた方がよいということもあります。

また、権利化、あるいは権利を維持するためには経費がかかりますから、何でも権利化し、保護すればよいということではありません。何を権利化し、何を維持していくかの判断が重要です。大変むずかしいことですが、作り出された知的財産の価値を見抜く力がないと、せっかくの知的財産が真の財産とならず、世の中の役に立つチャンスを逃してしまうことになるかもしれません。

裏返しの話になりますが、他者が持っている知的財産権を侵していれば、たとえそれを知らずにやったことだとしても責任が生じます。そのため、自分のやっていること、やろうとしていることが法的にも安全なことなのかどうかを把握しておくことが重要です。

このことを怠って、ある日突然、他者から権利侵害で訴えられることのないように備えることが必要です。そのためには、これらに対応できる専門的人材の育成、さらには、知的財産の制度を支える弁理士や各種のアドバイザーなどの高度な知識を持つ人材の育成や活用も重要となってきます。

（知的財産の活用）

知的財産は活用できてこそ真の財産になります。経費をかけて維持しても、それが有効に活用されなければ、単に休眠資産を持っているのと変わりません。自分の持っている知的財産は、せっかく独占権を獲得したわけですから、自らのビジネスに大いに役立てることが必要です。

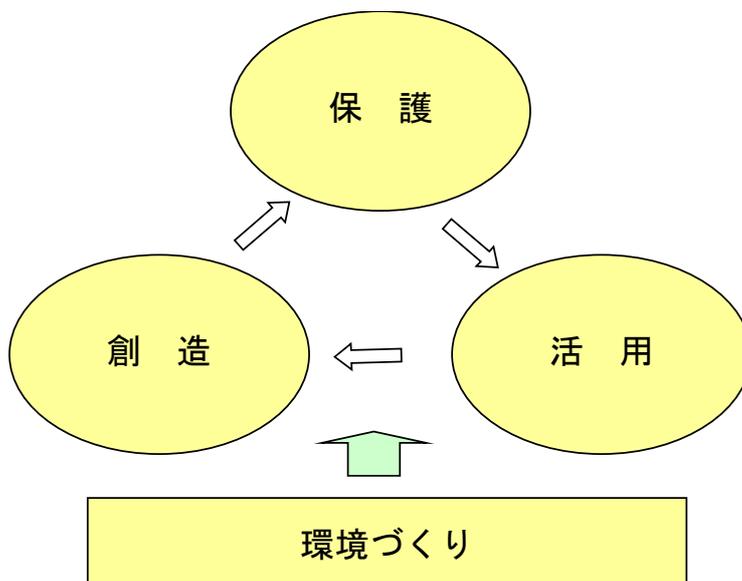
一方、活用できずに眠っている知的財産でも、他の分野などから見れば貴重なものかもしれません。知的財産を有効に活用するためには、その知的財産を必要とする人を見つけ、使用を許諾したり、あるいは譲り渡すことによって大きな利益が得られるかもしれません。そうなれば、その利益が次の技術開発を生むステップにもなります。また、お互いに所有している知的財産を相互に交換して活用することで、効率的に、新たな技術開発が進められるかもしれません。

また、地域製品のブランド化も、他製品との違いをアピールしていくうえで有効な活用方法であり、今後、地域で積極的に取り組んでいくことが望まれます。

35 自らの権利行使が目的でなく、第三者の権利取得を防ぐことを目的とした特許のことを言います。

36 特許出願の場合、出願から1年6ヵ月後に出願の内容が公開されます。内容が公表されることで、次の新しい発明が生み出されたり、同じ内容の研究開発が避けられるといった目的があります。

図 23. 知的財産の四つの観点



2 環境づくりの課題

アンケート調査やインタビュー調査の結果によると、企業では、技術、品質などによる差別化をめざしていますが、中小企業では、それが知的財産と結びついていないという傾向が見られます。特に中小企業においては、経営環境が厳しく、知的財産に着目した経営に取り組みたくても取り組めないという企業の割合が1/3以上ありました。また、既に多くの取組を行っている製造業の大企業のほか、製造業の中小企業、サービス業関係企業からは知的財産に関する学習機会の提供や指導に関して、もっと充実が必要との指摘があります。市や町では、知的財産に関する取組を行っているところは少ないうえ、今後取り組む予定もないとしているところが多くあります。

知的創造サイクルを機能させていくためには、様々な主体において、知的財産の重要性を知り、意識を高めていくことが必要です。近年はインターネットの普及により、様々な情報の入手が容易になった反面、著作権の侵害も容易に起こりうる状況になっており、高校や大学などでも、技術経営（MOT）教育³⁷も含め、知的財産に関する教育の必要性が指摘されています。

また、知的財産を権利化していくうえで、知的財産権に関する知識や様々な情報が必要になります。中小企業に加えて農林水産業からも、知的財産権を中心とした相談窓口の一層の充実が必要との指摘があります。

これらのことから、「環境づくり」では、「知的財産に関する意識の醸成」を行うことが課題として挙げられます。また、そのための環境づくりの一環として、「知的財産の意義を理解する教育や啓発活動の充実」、「知的財産経営あるいは知的財産マネジメントに関する学習機会の提供や指導の充実」、「知的財産に関する情報窓口、相談窓口の充実強化」などが重要となっています。

37 技術を核にした経営またはマネジメントに関する教育（MOTは Management Of Technology の略）を言います。三重大学では、2006年2月に実証講義が行われています。

3 創造面の課題

時が経てば、どんな新しい知識や技術も古くなってしまいます。新たな知識の発見や技術の開発は日進月歩であり、日々たゆまぬ努力が必要であることは言うまでもありません。しかし、今日の技術は、一つの技術分野に限らず、様々な分野の、様々な技術要素を組み合わせることが必要となってきました。このためには、知的財産の創造を担う産業界の研究者、大学の研究者、行政（公設試験研究機関）の研究者などの連携が一層重要となってきました。アンケート調査やインタビュー調査の結果でも、多様な技術開発の目的に合わせて、これら三者のきめ細かな技術のマッチングの充実が必要との指摘があります。

これら様々な「マッチング」を、関係者が連携して新しい創造へつなげるうえで、「共同研究」は有効な手段となります。しかし、共同研究を行うためには、お互いの目的や技術能力、利害などを調整する必要があるため、このコーディネート³⁸が大変重要となってきます。

企業へのアンケート調査の結果では、大企業、中小企業ともに、知的財産を生み出す人材の育成や、現場の第一線で働く技術系人材の育成が重要であるとされています。また、地域産業や農林水産業へのインタビュー調査の結果では、後継者不足の問題から、技術やノウハウの伝承などが課題となっています。

大学は「知の創造」を担う組織として教育、研究そして地域貢献に取り組んでいるところですが、技術分野の変遷も考慮しながら、一層の人材の育成が必要と考えられます。

行政（公設試験研究機関）においても、時代とともに変化していく課題の解決を図っていくうえで、研究人材の育成は重要なことです。

これらのことから、創造面においては「知的財産を創造する人材の育成を充実」、「研究者のであい（マッチング）の場づくりの充実」、「コーディネート機能の充実」、「共同研究の推進」が課題として挙げられます。

4 保護面の課題

アンケート調査の結果では、中小企業は大企業に比べて知的財産の権利化への取組が弱い傾向にあります。その一因として知的財産の権利化は、知的財産を保護するうえで有効な手段ですが、権利化や権利の保有にはコストがかかるという指摘もあります。既に権利化への取組を行っている大学やIT・コンテンツ産業においても、コストがかかり維持がむずかしいと回答しています。また、知的財産を権利化していくうえで、知的財産に関する知識や様々な情報が必要になります。さらに、知的財産を権利化するにあたって、知的財産を事前に評価することがむずかしいことは、大企業、大学等の主体が指摘しています。

権利侵害については、製造業からは意匠やデザインの模倣、IT・コンテンツ産業からはソフトウェアの模倣など、知的財産侵害への対応が必要であることが挙げられています。

これらのことから、「目利きなど知的財産を評価できる人材の育成」、「知的財産侵害への対応の充実」

38 企業の事業展開に生かしていくために、様々な経営資源（人材、技術、情報、設備、資金など）を結びつけることを言います。

が課題として挙げられます。

5 活用面の課題

自分の持つ知的財産を活用していくことは当然のことですが、十分に利用されていない知的財産については移転、流通させていく中で活用を図ることが必要です。そのために特許流通機関の体制整備の充実が必要との指摘が企業や大学からあります。

また、特許などのクロスライセンス³⁹や移転を実現するには、マッチングの場をつくっていくことも重要です。一般に、新しい技術で作られた製品や商品は、その優れた点が理解されマーケットに流通するまでには長い時間が必要とされています。特に、中小企業やベンチャー企業ではその傾向が強く、これらの知的財産を生み出した企業を育成していくことも望まれています。

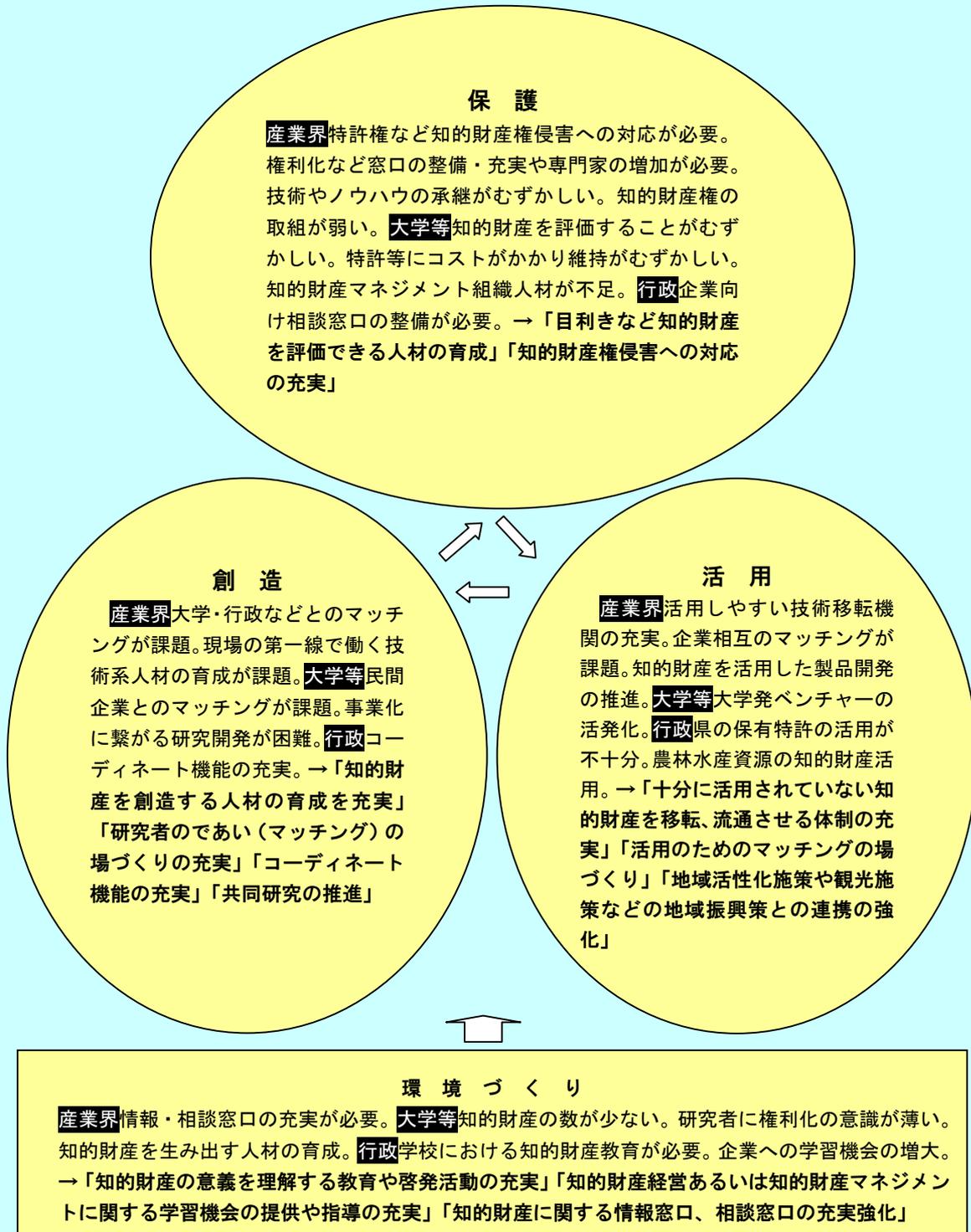
三重県は、農林水産資源が豊富であり、これらの高付加価値化のポテンシャルも高いことから、地域経済のさらなる発展につながる可能性を秘めています。しかし、インタビュー調査結果などでは、従来から素材の良さに頼るビジネスが多く、新しい生産・製造技術やビジネスモデルの開発、サービス産業との連携など知識集約や知的財産の活用が十分行われていないとの指摘もあります。また、個性・特徴のある地域の農林水産資源に関する知的財産を調査・検討し、事業者が活用しやすい形に整理することや地域資源に着目して商品開発できる人材の育成も大きな課題との指摘もあります。

地域の産業を活発にしていくためには、地域ブランドの開発やブランド力の向上は重要であり、このためには地域活性化施策や観光施策と連携して取り組んでいくことが有効と考えられます。行政なども、地域ブランドの創出を積極的に支援し、商品・サービスの差別化や高付加価値化しうる人材の育成、観光などとの異業種間の連携・協調を可能にするネットワーク形成を促進していく必要があります。

これらのことから、様々な主体が保有している「十分に活用されていない知的財産を移転、流通させる体制の充実」、「活用のためのマッチングの場づくり」、「地域活性化施策や観光施策などの地域振興策との連携の強化」が課題です。

39 自らの特許権と他者の特許権を互いにライセンス（実施権の許諾）しあうこと。自らの特許権だけではお互いに十分な事業展開を行えない（他者の特許権も必要となる）ときなどに使われます。

図 24. 知的財産に関する三重県の課題



第5章 知的財産に関して三重県がめざす姿

この章では、知的財産に関する三重県内の新しい動きとして展開事例を紹介し、この動きを大切にしながら、前章で明らかになった課題を克服するために、知的財産に関して三重県がめざす姿と実現すべき状態を示します。

1 三重県における知的財産展開事例

(1) 知的財産に関する新しい動き

三重県には、「新しい知恵」や「独自の知恵」を生かして、業績を伸ばすとともに、地域振興につながっている新しい動きが随所に見られます。

これらの取組の中には、あまり「お金」をかけずにこれを実現したものや、地域の誇りや無形の財産となったものもあります。このような取組は、知的財産が一部の先端産業や研究者だけのものではないことを改めて証明しています。また、一人ひとりが個性を發揮して取り組む人間の創造力のすばらしさや、地域が一丸となって知恵を出し合うことの大切さを表していると言えます。

三重県内のベンチャー企業、大学等、産学民官連携における新しい取組や製造業、販売・サービス、農林水産業、地域発の独自の取組は、主体となる人たちの意識や成果の大きさにかかわらず、知的財産の創造、保護、活用による産業や社会の知識集約化につながる重要な動きといえることができます。

(2) 新しい知恵の展開

(ベンチャー企業の取組)

県内には、特色のあるベンチャー企業⁴⁰が育ってきています。津市のベンチャー企業は、三重大学などとの共同研究によってセンサーと無線LAN⁴¹を組み合わせることによって、温湿度、風向、土壌成分など各種計測データを世界中とリアルタイムでやり取りできる装置を開発し、現在その事業化と教育分野や防災分野などへの展開・応用を進めて販売実績を伸ばしています。さらに、伊勢市のベンチャー企業は、オープンソースソフトウェア⁴²を活用した効率的かつコストの低いウェブアプリケーション⁴³の設計・開発・メンテナンスを提供しており、最近では、セキュリティ面における安全性を向上させた文書管理サーバーシステムの開発も行い、成長しています。

40 ベンチャーの元来の意味は「冒険的な企業・未知なる成功を信じる企業」と言われています。しかし現代社会においては「高度の研究・開発能力をもち、すぐれた専門技術の集約的發揮を行う新しいタイプの企業」との意味で使われることが多くなっています。

41 ケーブルなしでつながれた構内情報通信網（LAN）を言います。

42 ソフトウェアのソースコード（人間が読むことができるプログラムの内容）を開示するとともに、その自由な複製や改変を認めているものを言います。

43 インターネットブラウザを用いるソフトウェアを言います。例えば、鉄道の予約システムやインターネットバンキングなどがこれにあたります。

（大学等の取組）

TLOは、大学など高等教育機関や研究機関に蓄積されている特許などの研究成果を発掘し、その技術を事業者に移転して有効活用すること、その技術移転により得られた収益を更なる研究資金として研究者に還元させて大学の研究を活性化させることなど、知的財産の活用を活発にする「知的創造サイクル」の原動力の一つとなっています。また、大学とこれまで付き合いのない企業の橋渡しをする連携業務も担い、大学等の研究成果が地域産業に生かされて、産業の元気になる積極的なコーディネート活動への期待が高まっています。



三重TLOのある三重大学創造開発センター外観

（学校における取組）

2004年度から特許庁・（社）発明協会の実験協力校となった県立四日市商業高等学校で、実際に商標を生かした取組を体験することにより、その仕組みなどを学ぶことができる学習が始まっています。「おいしくってほれ茶った」は、3年生の課題研究の授業の一環として開発されたオリジナルのペットボトルのお茶で、2004年度は、全国で販売されている様々な種類のお茶のペットボトルを集め、そのデザインや販売方法などを研究しました。そして、2005年度は、それらをもとに、実際に製品開発に取り組みました。コンセプトは「自分達を買いたくなる商品」で、地元生産者の協力のもと、茶摘みや手もみから、パッケージのデザイン、商標登録出願、価格設定、営業活動まで、高校生が全て行いました。



「おいしくってほれ茶った」パッケージのデザイン

(連携による取組)

三重県内の産学民官が連携した事業のなかにも、新しい「知恵」を生かして地域を活性化させた事例を見つけることができます。

エネルギー分野においては、燃料電池などの水素関連分野における取組が挙げられます。エネルギー問題、環境問題の解決に向けて大きく貢献する燃料電池は、素材、電気、機械などの多様な技術が必要です。そこで、三重県は、四日市コンビナートや自動車産業、電気機械産業などを有する北勢地域のポテンシャルに着目し、四日市市などと共同で「技術集積活用型産業再生特区」を提案（2003年4月認定）し、全国に先駆け、家庭用燃料電池の実証試験が実施しやすい環境を整えました。こうした結果、2005年12月現在で10件の燃料電池実証試験が実施されています。この試験の成果は、県内企業などへの技術・ノウハウの蓄積や大学等の研究開発の促進につながるとともに、国の大規模な研究プロジェクトに提案し、採択されるなど、県内産業の高度化、研究能力の向上を着実に進めています。また、三重大学においても燃料電池の水素エネルギーなどを研究する「未来エネルギー・コミュニティの成立工学」プロジェクト⁴⁴が始まるなど、地域の産学官が一体となった取組が進みつつあります。



家庭用燃料電池実証試験の一例

製造技術分野においては、先端的な新産業の一つである「ロボット」について、三重大学に技術シーズが蓄積されていることから、産学官連携による研究会設立に向けた取組が進められています。

環境分野においては、地域が主体となって始められた取組が実を結んでいる例が見られます。志摩市内の真珠養殖組合が自発的に始めた干潟再生の試みに端を発した地域結集型共同研究「閉鎖性海域における環境創生プロジェクト」がそれです。この事業は、主に三重県内の大学・企業・地元関係者、国、県などが連携し、「自然と人の暮らしが調和しあう環境」の創出をめざして、人工干潟・藻場の造成による自然の浄化能力の向上技術や物質循環シミュレーションに基づく水質予報システムなどの開発を進めているものです。

44 三重大学工学部の研究プロジェクトで、自然由来資源（水素エネルギーなど）の活用による自立分散型の発電システムが実現する社会の実現をめざします。



環境創生プロジェクトによる藻場調査

地域関係者の積極的な協力により、地域に根ざした調査研究体制が構築されていることや、この事業で開発された凝集剤を扱うベンチャー企業が設立されるなど、実用化に向けた成果が生まれていることから、全国的にも高く評価されています。

医療・健康・福祉分野においては、みえメディカルバレー構想の取組が挙げられます。これは、伊賀地域における薬事産業の集積など、三重県を持つ地域資源を有効に活用し、産学民官の有機的なネットワーク（産業クラスター）を核に、成長が期待される医療・健康・福祉産業の創出と集積をめざす取組です。この構想の推進にあたっては、知的財産に着目した取組が始められています。大学や中小企業などの持つシーズの権利化や大学等の保有する特許などを企業に移転するため、医療・健康・福祉分野の知的財産に関する相談窓口やホームページの開設、知的財産活用・流通セミナーや知的財産活用マッチングフェアの開催などの事業に取り組んでいます。また、会員数 850 名を超える産学民官参加型のみえメディカル研究会が活発に活動しており、このようなネットワークにより知的創造性が高まり、共同研究や新製品の開発が進み、ベンチャー企業の創出、中小企業などの新事業展開、企業の経営基盤の強化が促進され、全国バイオクラスターランキング調査⁴⁵でも高い評価を受けるなど多くの成果が生まれています。

このように県内で大学や企業の「新しい知恵」を生かしながら地域が一体となって知的財産を活用する取組は、エネルギー問題、環境問題、産業クラスターの集積など、地域課題の解決や産業の元気づくりにつながっています。

（3）独自の知恵の展開

（製造業の取組）

「独自の知恵」を生かした企業の取組がいくつも見られます。例えば、漁網や養殖網を製造する専門メーカーでは、「網は海で使う」という既成概念を取り払うことで、「護岸ネット」という新製品の開発に成功しています。「海」から「陸」へという発想転換を図ることで、「独自の知恵」を新たな分野に生かしているわけです。

また、農機専門メーカーでは、牧草の収集や稲わらの梱包などの機械の開発に重点的に取り組むこ

45 バイオビジネス専門誌が国内のバイオクラスターを対象に、各クラスターに進出した企業数、優遇制度などクラスターの現状と支援制度などを調査し、中核研究機関の数からそれぞれの制度までを個別に評価してランキング形式にまとめ、これをもとに総合ランキングを決定しています。

とで、そのための技術やノウハウを蓄積し、これらに農機具専門メーカーとしての技術に一層の磨きをかけています。こうして磨き上げた「独自の知恵」が企業の看板となり、全国に通じる技術ブランドとしての役割を果たしています。

県内中小企業の経営革新、技術革新も進んでいます。四日市市の金型製造会社は、プラスチックやアルミニウムより軽く、リサイクル性にも優れたマグネシウムの高速超塑性プレス加工技術を開発、ノートパソコン用ボディー部品として供給するとともに、さらに、ゲーム機器、自動車部品などの分野で需要を開拓しています。

さらに、四日市市の豆腐製造機器メーカーでは、卓上コンロで簡単に豆腐ができる鍋に加えて、原料となる豆乳、大豆の微粒粉などの関連商品も開発し、大豆加工食品分野で独自の知恵を生かした総合戦略を展開している事例が見られます。

（販売業の取組）

三重県内を中心にスーパーマーケットを展開している企業のケースでは、スーパーマーケットとしての「宅配システム」という「独自の強み」を考案し、「在宅注文ショッピング方法」などを工夫したビジネス関連特許を出願しています。

スーパーマーケットとしての「宅配システム」は、様々な知恵を投入しながらシステムに改良を加え、現在では、同社の売上げを支える中核ビジネスにまで発展しています。このシステムの成功は、10年以上の長期にわたる開発を継続して成功したものであり、様々な要因を徹底的に分析することにより蓄積した「独自のノウハウ」に裏付けられています。

また、松阪市の企業は、カラオケやゲームセンターなどのアミューズメント施設を併設した独自の100円ショップを展開するほか、銀座にも進出するなど、躍進しています。

このように、ハード面の技術・研究開発とは異なる販売の分野においても、過去から積み上げてきた販売技術やノウハウに磨きをかけて「独自の知恵」を生かしている事例が出てきています。

（農林水産業の取組）

農林水産業においても、「知恵」を生かした事例を見つけることができます。

商標を生かした取組として、農林水産業では、「みえ地物一番の日」キャンペーンの例が挙げられます。この取組は三重県が、県産食材の生産、製造、流通、販売に携わっている民間事業者などに参加を呼びかけ、これらの民間事業者が共通のシンボルマークを掲げ主体的に県産食材をクローズアップするキャンペーンです。三重県の農林水産物やその加工品の高付加価値化を図ることで、県民が積極的に購入する割合が高まるなど成果が上がっています。



赤色和風系バージョン

青色洋風系バージョン

「みえ地物一番キャンペーン」ポスター

水産業においては、志摩市の矢地区にある養殖場が紫外線を利用したカキ浄化法を全国で初めて開発、特許を取得し、「清浄的矢かき」として販売を開始しました。この特許の存続期間の終了後はこのかき浄化法が全国に広く普及しています。



紫外線殺菌した海水を利用したカキ浄化法

また、県内カキ生産量の9割以上を占める鳥羽、志摩地域の漁業関係者などが連携し、HACCP⁴⁶手法に基づく作業手順を遵守するとともに、食中毒の原因となるウイルスの検出結果や海域情報を公開する「みえのカキ安心システム」づくりに取り組み、商標登録された「みえのカキ安心マーク」の付いたカキは、市場から高い評価を得ています。

志摩市では、漁業者と観光業者が連携し、これまではその多くが下関などへ出荷されていた天然トラフグを「あのりふぐ」と名付けて、志摩地域で限定販売を行うことにより、地域産業の活性化につなげています。漁法や漁期など資源管理を徹底する一方で、天然資源であるがゆえの漁獲量、価格の変動を消費者に伝えるなど、地域が一体となった取組によって「天然」にこだわる「あのりふぐ」の知名度は年々向上⁴⁷し、志摩地域全体の経済効果やイメージアップに貢献しています。



商標登録 第4699067号

あのりふぐ登録商標

46 HACCPとは、「Hazard Analysis Critical Control Point」の略称で、「ハセップ」や「ハサップ」と呼ばれ、食品の「危害分析重要管理点」と訳されています。HACCPは、HA（危害分析）とCCP（重要管理点）の2つの部分から構成され、食品の安全性を確保するために、これらに係る危害を確認し、それらを防除する管理手法と定義されています。HACCPは、主として最終製品の検査に依存する従来の衛生・品質管理と違って、原材料の段階から最終製品に至るまでの各段階で発生するおそれのある危害の確認と発生防止に焦点を合わせた管理方式です。

47 漁業者の資源管理の努力もあり地元漁協で水揚げされるトラフグの量が増え、2002年度には、天然トラフグの水揚げ日本一を記録しました。また、地元一体の取組が評価され、2004年度には、「地域づくり総務大臣表彰」を受賞し、2005年度には農林水産省の実施する「立ち上がる農山漁村」選定の先駆的事例に選ばれました。

これらの事例は、消費者ニーズに合った安全・安心に対する信頼や品質に対するこだわり、地域が一体となったブランド化や特許活用をめざすなど「独自の知恵」を生かした取組が高い評価を得て、地域起こしや産業振興に貢献している好例と言えます。

（地域の取組）

地域の知恵による取組として、観光振興を目的とした地域起こしの例が見られます。伊勢市二見町の「おひなさまめぐり in 二見⁴⁸」がその例です。夫婦岩で有名な二見町は、伊勢志摩国立公園における古くからの観光地として栄えていましたが、近年は観光客が減少し地域の活力も低下していました。この対策として、地域の重要な観光資源である夫婦岩の「夫婦」と旅館や土産物店などが保管していたひな人形のおひなさまと内裏(だいら)様の「夫婦」を結びつけ、観光の振興をめざしました。二見の表参道の旅館街を中心とした地域では、毎年2月4日から約1カ月間、約5,000体のひな人形が展示され、メイン会場の入場者数⁴⁹が大幅に増えるなど多くの観光客で賑わうようになりました。

この「おひなさまめぐり in 二見」は、地域住民のイベント開催への熱意が決め手となり、2005年から実施されていますが、地域の知恵と熱意が大きな成果になった事例です。



おひなさまめぐり in 二見展示風景

（連携による取組）

産業界と行政とが連携した「独自の知恵」による取組も行われています。三重県内の伝統的な四日市萬古焼や伊賀焼など陶磁器業界は、グローバル化による海外製品との激しい競争にさらされており、新しくて魅力ある商品の開発が急務となっています。こうした中で、デザインや機能性を重視した陶磁器の新商品開発を推進するため、陶磁器業界と県との産官連携による共同研究事業が実施されました。「ぼれぼれ(スワヒリ語でゆっくりを意味)」を基本コンセプトとして、素朴で個性的なデザイン、保湿性など陶器の機能を生かした品質を十分に練り上げ、購買層を絞り込んだPRを工夫したうえで、

48 伊勢志摩地域でも、入込客を増やすためにおひな様を使ったイベントができないかと次の条件を満たすところを県が探していました。①街並みや道路の整備ができていること。②古い建物が多くあること。③おひなさまの展示が街中に展開できること。④地域の住民のイベント開催への熱意があることでした。候補5地区の中から、最終的に夫婦岩表参道(二見町)が選ばれ、県との連携によりイベントを行うこととなりました。

49 メイン会場である賓日館(ひんじつかん、NPOにより運営、県指定文化財)来客者数(概数)は次のとおりでした。2004年2月は約1,500人、2005年2月は約7,000人、2006年2月は約11,000人。イベント全体としての入り込み数は、2005年に約32,500人、2006年は約61,000人(イベント実行委員会発表)でした。

「ほれほれ屋⁵⁰」という統一的な商標によるブランド商品を多数開発しています。その中には、大手インターネットによる販売で、食器（中鉢）部門で71週全国上位ランキング入りが続けた商品も生まれています。

このように伝統的な産業においても、産業界と行政とが連携することによって、大きな成果を上げることができます。



ほれほれ屋登録商標

2 三重県がめざす姿と実現すべき状態

三重県における知的財産に関する取組は、国などの方針を踏まえてこれを活用し、さらに県の「弱み」である課題の解決と、「強み」である新しい動きを大切に、これを一層推進することが必要です。

このため前章までは国の取組や方向性をまとめ、さらに三重県の知的財産の状況について各種データ、アンケート調査、インタビュー調査などから現状と課題を考察し、本章では県内各地における新しい取組事例を紹介してきたところです。

三重県の産業界がこれからも発展を続けていくためには、あらゆる産業において、豊かな感性に基づく「新しい知恵」や「独自の知恵」、すなわち知的財産を生み出し、さらにこれを活用して製品やサービスの高度化、高付加価値化を実現し、最終的には産業の「知識集約化」を進めていくことが不可欠です。

一方、知的財産は、安全・安心、環境保全、地域振興の推進にも大きく貢献するものでもあります。「新しい知恵」を生み出して長年の懸案であった地域課題を解決したり、「独自の知恵」を磨き上げて地域の誇りをよみがえらせることも可能です。こうした取組は、多様な主体が一体となって、知的財産を創造、活用できるようになったときには、より大きな効果を生み出すこととなります。

そして、知的財産は、産業の知識集約化や地域振興の推進という自らの役割を十分に果たしながら、最終的には県民一人ひとりの豊かな生活の実現に結び付くことが必要となります。

このため、三重県が知的財産に関してめざす姿を次のとおりとします。

50 ほれほれ屋のブランド名やロゴマークは、三重県保有の登録商標となっています。

三重県がめざす姿

**知的財産を生かした三重県産業の知識集約化、
地域づくり、県民の豊かな生活の実現**



次にめざす姿を達成するため、知的財産に関する四つの観点ごとに実現すべき状態を次のとおりとします。

環境づくりの面では、

知的財産を大切にす人材が育まれている
知的財産を大切にす環境が整っている
知的財産に関する情報を得やすくなっている

創造面では、

知的財産をつくる人材が育まれている
多様な主体が連携し、知的財産が創造されている

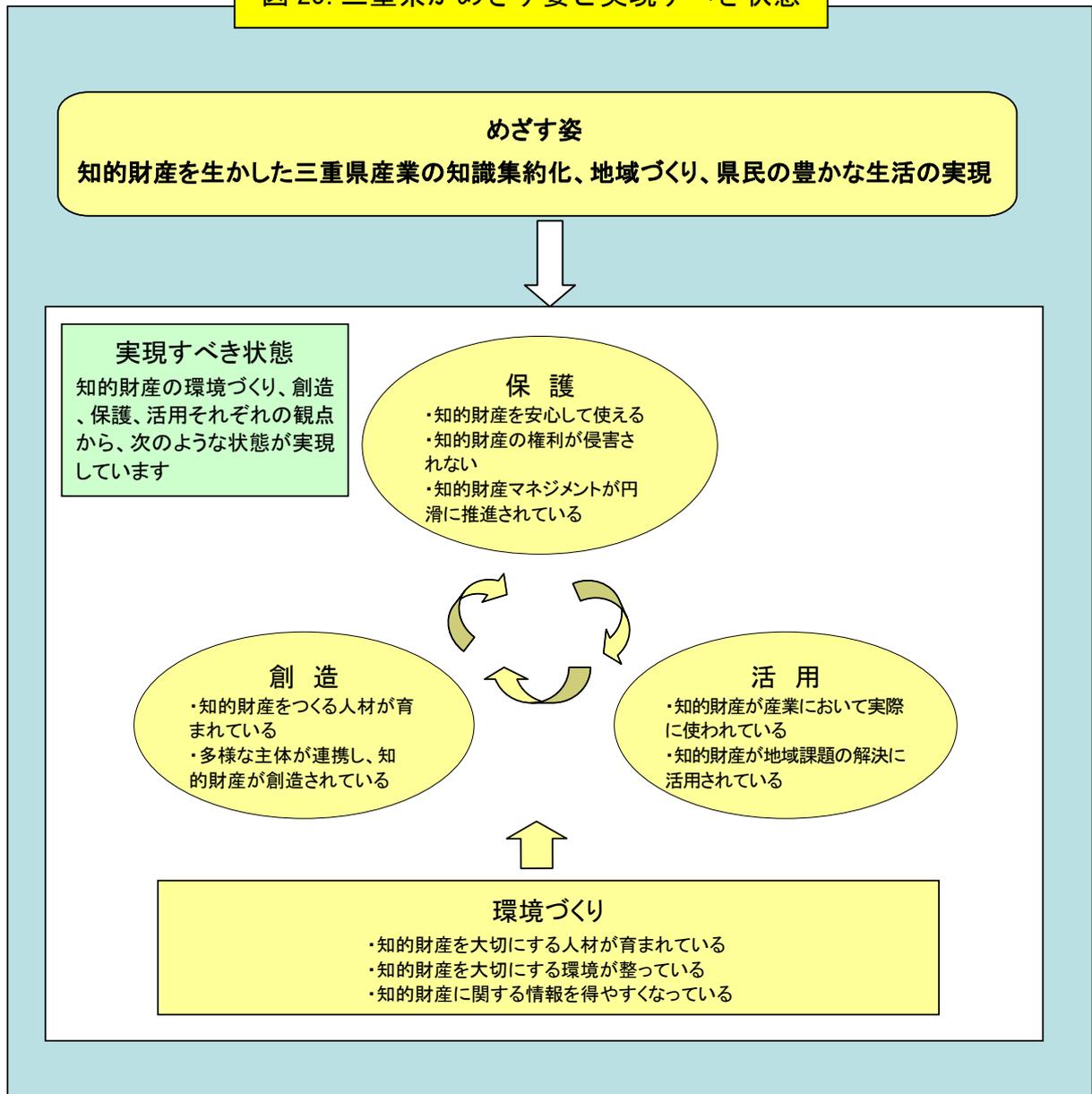
保護面では、

知的財産を安心して使える
知的財産の権利が侵害されない
知的財産マネジメントが円滑に推進されている

活用面では、

知的財産が産業において実際に使われている
知的財産が地域課題の解決に活用されている

図 25. 三重県がめざす姿と実現すべき状態



第6章 戦略的な取組方向

この章では、前章で提示した三重県における知的財産に関してめざす姿と、その達成のために実現すべき状態に向けて、知的財産の環境づくり、創造、保護、活用の各側面において、各主体が戦略的に取り組む方向を示します。

1 環境づくりの取組

(1) 知的財産を大切にす意識づくり

知的財産は、特許権や実用新案権のような知的財産権だけではありません。産学民官の多様な主体が持つ「新しい知恵」や「独自の知恵」こそが知的財産です。そして、国際的な競争が激しくなる中、知的財産を生かした産業の知識集約化は、必要不可欠となっています。

しかし、三重県においては、産業集積力に比べ権利化された知的財産の数が少ないという状況にあります。さらに、産業界、特に中小企業では技術やサービスの高度化への取組意欲が知的財産への取組の方向に結び付いていないという課題もあります。

また、アンケート調査結果によると、知的財産の重要な拠点である大学等においても、知的財産に対する意識が十分に行き渡っていないという結果もあり、知的財産に対する意識は過渡期にあるとされます。そして、その大学等が三重県には少ないという状況もあります。

このような状況の中で、三重県内の産業界が知的財産を生かした知識集約化を進めるためには、まず県民が知的財産を大切にしようと思う雰囲気をつくり出す必要があります。

そして、知的財産への関心が薄い企業などの関心が高まるとともに、県民一人ひとりの科学技術や知的財産への理解が深まる必要があります。

(各主体に求められる取組)

産業界においては、産業の知識集約化を進めるための重要な手段として、知的財産を重視した経営に取り組むことが求められます。そのためには、まず、経営のトップ自らが知的財産を重視する意識を持つとともに、知的財産を重視している姿勢を示すことが必要です。

大学等においては、その存在意義からも、また、経営上からも知的財産を権利として確保していくことが重要となってきました。このため、大学等においても、産業界と同様に、知的財産を重視している姿勢を示し、研究者の知的財産に関する意識を高めることが求められます。

団体、NPOなどにおいては、イベントなどを通じて産業界や若い世代に対して、知的財産の重要性や創造することの喜びを知る機会を提供していくことが求められています。

県民においては、知的財産に関わった経験や成功事例などを、講演会や研修会で発表するなどの活動が望まれています。

行政においては、産業政策として高度化、高付加価値化に対する取組が行われていることを踏まえ、それを知的財産に結び付ける指導や活動が求められています。また、産業政策は燃料電池など新しい技術に取り組む企業やベンチャー企業など「やる気」のある企業に対する支援が多くなっていますが、

それ以外の知的財産への関心が薄い企業に向けても、講演会やセミナーなどの研修機会を提供して、産業界全体の意識づくりを行うことが必要です。

さらに、行政においては、産業界、大学等、学校と連携を図りながら、その取組がさらに充実するよう支援を行うとともに、県民、団体、NPOなどを対象に、科学技術や知的財産への理解を深めていく取組が必要です。

（2）知的財産を大切にす人づくり

産業界が知的財産を意識した経営に取り組まない理由の一つに、人材の不足が挙げられています。

知的財産に関する人材は、知的財産を生み出す人材と知的財産をマネジメントしていく人材の二つに分けられます。こうした人材をすべて自らが育てることには限界があります。しかし、知的財産は特殊なものという考えの下で、取組を出発点で諦めてしまうのは問題です。

自ら開発した技術が、知らない間に他人に使われている場合もあります。逆に独創的だと自負していた技術が、他者の権利を侵害している場合もあります。このように、知的財産に関する問題は決して特別なことではなく、日常的に起こりうることです。

このため、知的財産に関して一般的な知識を持った人材を育てることは重要です。また、社会に出るまでに、知的財産を生み出し、守っていくことの大切さを学んでおくことも必要不可欠となっています。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、知的財産の仕組みや課題などを社内研修などに盛り込むことが望まれています。また、知的財産に係る表彰制度や国などが行う技術者表彰などを活用した取組を行うことも大切です。

大学等においては、学生への教育を通じて将来を担う若い世代が知的財産の重要性を知る機会を持つことが重要です。また、技術経営（MOT）教育プログラムを組むなどの学習環境を整え、技術開発の重要性を理解した経営者層を増やしていくことも求められています。

学校においては、科学技術に興味を持つような取組を通じて生徒や児童が知的財産への関心を高めること、さらには実体験などの学習機会を設けることが重要となっています。

（3）知的財産に関する情報・相談窓口の充実

産業界だけではなく、大学等からも知的財産に関する情報窓口の充実を求める声が多くあります。このことは、現在、知的財産への取組を行っているかどうかにかかわらず、情報の入手先や相談する相手が必要とされていることの現れということができます。

特に、これから知的財産への取組を始めようとする企業にとっては、知的財産を生み出す手法や、生み出した後の権利化の手続きや経費など、知りたい情報を簡単に手に入れたり、相談が気軽にできることが必要となっています。また、知的財産への関心が薄い企業にとっても、内部の意識づくりや人づくりを補完するために、情報・相談窓口の充実が望まれています。

このため、知的財産に関する様々な情報、相談窓口の充実に取り組む必要があります。

（各主体に求められる取組）

TLO、民間シンクタンクや知的財産の専門的知識を持つ人たちは、行政の取組に連携、協力、参加していくことが求められています。

行政においては、企業や大学だけでなく、知的財産に関心を持つあらゆる県民を対象に、知的財産に関する情報・相談窓口の充実を図る必要があります。

現在、県には科学技術振興センター工業研究部に「三重県知的所有権センター」があり、(財)三重県産業支援センターも情報提供や相談に対応できる機能を持っています。今後は、こうした施設や機能のPRに努めるとともに、知的財産への取組段階の違いに応じて生じる様々なニーズに対して、きめの細かい対応をしていくことが必要です。

また、大学等の知的財産部門、TLO、民間シンクタンクなどとの連携を強化し、より一層の知的財産活用に努め、中小企業などへの知的財産のサポート体制を強化していく必要があります。

2 創造面の取組

（1）経営資源としての開発強化

産業の知識集約化に対応していくためには、新しい知恵や独自の知恵である知的財産を、「人、モノ、金、情報」などと同様に重要な経営資源ととらえ、創造、開発に取り組む必要があります。

知的財産は、そのまま新しい製品やサービスに直結するものだけではなく、基礎的な技術などもたくさんあります。また、知的財産の創造は、労働改善や設備投資より時間がかかることも多いです。知的財産に着目した経営をむずかしくしているのは、このような知的財産の特徴によるところも大きいと考えられます。

しかし、産業の知識集約化は、決して情報やコンテンツなど先端企業や一部の産業だけのものではありません。また、創造された知的財産は、たとえ新しい製品やサービスに直接結び付かなくても、それが他で活用され、「大化け」する場合があります。知的財産の創造は、文字どおり「財産」の創造という観点で取り組む必要があります。

一方で、実際に知的財産の開発を進める人材の確保は、アンケート調査の結果でも大きな課題となっており、なかでも、地域製品の付加価値を高めることのできる人材を育成することが大切です。若い世代が社会において、知的財産の創造に対して早い段階から実践力を発揮できる教育も求められます。けれども知的財産は、特別な才能を持った研究者だけが生み出すものではありませんし、先端的な技術だけが知的財産でもありません。経営者層は、現場の技術者が知的財産の創造に取り組みやすい環境をつくっていくことが望まれます。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、製品やサービスの一層の高付加価値化を図るための取組が求められています。なかでも、地域団体商標制度の導入によって、全国に通用する地域ブランドを育てる取組が可能となることもあり、これまで知的財産権とは関わりの薄かった農林水産業でも地域資源を活用した取組が望まれています。

また、人材育成については、特にものづくりの現場においてノウハウを含めた技術を伝えていくこ

と、後継者の育成を図っていくことなどが望まれています。

大学等においては、研究成果を社会に還元することが求められています。特に、企業では取り組みにくい基礎的な成果、独創的な研究成果を企業などに移転していくことが期待されます。また、大学等には、産業界で知的財産の創造に携わる人々を育てる機能の充実も期待されています。

行政においては、産業界の要請に応えた研究成果をあげ、その技術を移転したり、研究機器の開放や技術者の養成などを通じて、産業界の知的財産創造の取組を支援していくことが求められています。

(2) マッチング機会の充実

権利化された知的財産の数や知的財産を生み出す大学の数も少ない中で、三重県の産業界が知識集約化を進めるためには、実態に合った有効な知的財産の創造に取り組む必要があります。そのためには、産学民官が一体となって取り組んでいくことが重要です。

新しい技術は過去の何らかの技術の上に積み上げるものが多いため、多様な人たちのあい（マッチング）は知的財産の創造に欠かせないものです。

しかし、職種や分野の異なる人たちが一丸となって知的財産の創造に取り組むことは、簡単なことではありません。企業間では利害関係が生じることもありますし、産業界と大学等では求める内容が異なることもあります。

こうしたなかでマッチングの機会を創出していくためには、まず、必要とされる技術（ニーズ）と持っている技術（シーズ）の情報が明らかにされていることが必要です。そして次に、そのニーズとシーズが会う場所が必要になります。

知的財産の場合、後の権利化の問題など微妙な課題も生じます。そのため、この場所は、お互いの信頼関係づくりや知恵の交換・連携を行うために、人と人とが直接に対話・協議することができる交流の場でもあることが望まれます。

また、開発の方向が決まっても、直ちに開発に取り掛かれることはまれであり、ある程度の準備期間を持つことや、コーディネーター⁵¹が積極的に多様な分野の人たちをまとめる役割を担って活動することが必要となります。

さらに、一つの研究成果が次の知的財産の創造に結び付くことも多いので、研究を終えた後も研究者間の交流が継続できる取組や、コーディネーターや研究代表者、研究者、技術者などが一堂に会するような場づくりも必要です。

(各主体に求められる取組)

産業界においては、特許などの制度を踏まえた中で、求める技術や持っている技術を公開することが必要です。また、第一次産業、第二次産業、第三次産業の区別なくマッチングの場をつくることや、こうした場に積極的に参加することが求められます。また、研究開発の取組が進んでいる企業は、その経験を生かしてコーディネーターとしての人材を提供することが求められます。

大学等においても同様に、持っている技術やこれから開発したい技術を、わかりやすい形で産業界などに情報発信することが求められます。また、多様な主体からなるマッチングの場に積極的に参加

51 コーディネーター（Coordinator）は、様々な調整を行い、まとめ上げる人のことです。

するとともに、利害関係が発生することが少ないという立場から、コーディネーターとしての役割を積極的に担うことが求められます。

県民においては、マッチングの場に参加すること、経験が豊富であればその経験を生かしたコーディネーターの役割を担うことが求められます。

行政においては、産業界、大学等、県民のあい（マッチング）の場を積極的に創出していくことが求められます。特に、研究分野を横断したコーディネーターが一堂に会する場、研究が終わった後の交流の場など、他の主体では行えないような連携の場をつくっていくことが求められます。

また、マッチングから本格的な研究開発を開始するまでの過程で、予備試験を推進するなど、一連の支援を総合的に行う必要があります。

（3）共同開発の推進

多様な主体が集うマッチングの場の中で、求める技術と持っている技術がうまく合致すれば本格的な開発に取り組むこととなります。

アンケート調査結果でも多かった、施設や設備、資金面の理由で単独の開発に取り組めない企業は、目的に応じて産業界、大学等、行政など共同で開発に取り組むことも検討すべきです。共同開発は施設や設備、資金面の課題を解決するだけでなく、単独ではできなかった優れた知的財産を生み出す可能性を持っています。

資金面の課題を解決するには、国や財団法人などが行っている競争的研究プロジェクトを活用する方法もあります。知的財産戦略は国の大きな方針の一つであり、メニューも数多くあります。また、産学官連携を前提とするプロジェクトが多く、共同開発には有利なものといえます。

共同開発を進めるにあたっては、開発された成果を知的財産として権利化する際、また利用する際にトラブルが生じないよう、あらかじめルール（契約）を定めておくことが必要です。また、多様な業種の人たちが集まることから、調整が非常に重要となります。その意味で、ここでもすぐれたコーディネーターの存在は不可欠です。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、共同開発に積極的に参画することが求められます。こうした取組は、特定の業界や分野において既に行われていますが、さらに第一次産業、第二次産業、第三次産業という枠を超えた取組も重要となっています。

大学等においては、共同開発に積極的に参加するとともに、その共同開発では研究方法などで主導的な役割を担うことが求められます。また、コーディネーターとしての役割も期待されます。

行政においては、マッチングの場を共同開発の場へと転換させていく取組が求められます。さらに、国などの競争的研究プロジェクトに積極的に応募していくことも必要です。

3 保護面の取組

(1) 戦略的な権利化の推進

アンケート調査結果では、産業界は、将来的に知的財産経営に取り組むうえで、知的財産の権利化を重要な課題として挙げています。事実、知的財産を権利化することは、法律により保護されるということでもあります。自らが保有する知的財産を、権利化し、保護することによって、事業の独占的な実施、防衛特許、クロスライセンスなど様々な形で活用していくことができるようになります。また、国際的な競争に対しては海外における特許などの取得⁵²も必要となってきます。

しかし、知的財産の権利化にあたっては、できるものはすべて権利化して知的財産権の保有件数を増やす、というようなことにとらわれず、その知的財産は権利化すべきものなのか、権利化せずに公表すべきか、あるいはノウハウや営業秘密として保持すべきか、といったことを事業の目的に沿って的確に判断する必要があります。

知的財産を権利化することや、知的財産権を維持することには、コストがかかるため、費用対効果の見通しなど、経営の面から判断していくことも必要です。

一方、知的財産は権利化により法律で保護されるわけですが、権利化すれば知的財産がすべて保全されるということではなく、侵害に対する備えも重要です。また、訴訟により、知的財産権自体が無効とされてしまう可能性があることにも留意する必要があります。

(各主体に求められる取組)

産業界においては、各々の企業が知的財産に対する方針を明確にする必要があります。権利化すべきと判断したものは権利化を進めて保護する一方、知的財産として重要なものでも、権利化せずに営業秘密やノウハウとして他者の目には触れさせない方法を取る場合は、流出に対する備えが必要です。また、権利侵害は大きな損害を招く可能性もあることから、知的財産について専門的な見地から対処する必要があります、そのための体制づくりが重要です。

大学等においては、研究成果を公表して、科学技術の振興などに寄与することも大切ですが、基礎技術などの知的財産を権利化することで、企業がその知的財産権を元に安心して応用技術を開発し、事業化することができるようにすることも必要です。

行政においては、公設試験研究機関も同様に、自らの研究成果を保護し、活用するため、その成果を権利化することも重要です。しかし、成果をすべて権利化して保有件数を増やすことだけにとらわれず、保有する知的財産が権利化すべきものなのか、権利化せず公表していくべきものかを事業本来の目的に立ち返って慎重に判断する必要があります。

また、地域の活性化を図るため、知的財産の権利化に関する取組などへの支援が必要です。

52 特許権の効力は、特許権を取得した国の領域内に限られます。そのため、国外で活動するうえで必要であれば、当該国でも特許権を取得しなくては、法律によって保護されません。

（２）保護に関する人材の育成

知的財産を保護するためには、知的財産のマネジメントができる人材や開発した技術を「目利き」できる人材が必要です。知的財産は、場合によってはその組織の将来を左右する可能性もあります。そのため、組織内で知的財産に関する専門的な知識を持つ人材を育てるとともに、高度に専門的な知識を持つ人材を育成し、侵害などに対応することも重要です。

これら専門の人材を内部で育てることが困難な場合は、外部の専門家を活用したり、経験豊かな人材を招くことなどが必要となってきます。

知的財産については、これを保護する継続的で幅の広い取組が必要です。例えば、児童、生徒、学生や県民を対象として、知的財産を尊重し、かつ、侵害しないことを学ぶ機会をつくることも必要です。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、創造した技術などについて知的財産としての価値や権利化すべきかどうか判断できる能力が重要であり、内部で専門の「目利き」や、知的財産をマネジメントできる人材の育成が求められます。中小企業などで、専門の人材を内部で育てることが困難な場合は、弁理士会、TLOなど外部の専門家を活用していくことが求められます。

大学等においては、既に知的財産部門を設置している大学⁵³があるなど、専門のセクションの設置、そしてその中で活躍する人材の育成が進んでいる状況も見られます。今後一層この取組が広がっていくことが期待されます。

学校、大学等においては、情報のデジタル化が進み、インターネットなどにより同質の情報が容易に入手できるようになったため、著作権が侵害されたり、侵害したりすることが起きやすくなっていることを踏まえて、知的財産を尊重し、侵害しないことを広く教育していくことも求められています。

弁理士会、（社）発明協会などにおいては、専門的なセミナーや講演会の開催により、産業界における知的財産への取組を積極的に支援していますが、特に社内に専門家を抱えていない中小企業の場合は、知的財産の保護に関する相談窓口を有効に活用することが求められます。

行政においては、公設試験研究機関が、自らの成果を権利化するための人材を育成していく必要があります。支援の取組としては、自ら知的財産に関する専門人材を育てられない、あるいは確保できない主体に対して、保護の面からも相談窓口を充実し、また、弁理士、弁護士などとの連携により専門家の支援やアドバイスができる体制を整えていく必要があります。

4 活用面の取組

（１）新しい製品やサービスへの活用

開発された技術は、製品やサービスに活用されてこそ意義を持ちます。現在では、単に質の良い製品・サービスを生み出すだけでなく、それをどのような形で、どのような層に届けるかなどの要素

53 三重大学では、2004年4月から「三重大学知的財産統括室」が設置されています。

も重要になっています。知的財産という面から見れば、特許や新品種といったものだけでなく、商標やノウハウ、営業秘密などを組み合わせるということになります。こうしたことは、知恵の複合化とも言えます。

また、自ら開発した技術だけでは、製品やサービスに直接結び付かない場合もあります。そのような場合、他の人の持つ技術力や、開発した技術の活用も必要となってきます。その際に、誰がどのような技術を持っているのかを知ることが必要ですが、それがわからない場合や、わかったとしてもいきなり協力を依頼することもむずかしいと思われます。そのため、必要な技術支援を受けるためにも、人と人との「であい（マッチング）」を大切にし、その機会が、県内の至るところで存在していることが必要になります。

そして、このマッチングは、商品開発の技術のみではなく、販路開拓における人材、設備、資金などについても必要であり、幅広い層の参加が求められます。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、自らの知的財産を活用し、製品やサービスの高度化、高付加価値化を図ることが必要です。また、産業界は相互に、あるいは、大学等や公設試験研究機関などのシーズを活用して事業化していくことも重要です。そのためには、知的財産の活用におけるマッチングの機会を積極的に利用することが必要です。特に中小・ベンチャー企業では、独創的なアイデア、技術、ノウハウ、旺盛な事業意欲を有していても、製品化や販路開拓において、人材・設備・資金などの経営資源が不足しがちなため、投資会社、商社、大学等や公設試験研究機関などとのマッチングの場を重視することが必要です。

また、地域団体商標制度が導入されることから、全国に通用する新品種や新製品をつくりだし、地域ブランドとして育成するなどの取組も有効です。

大学等においては、既に多くの知的財産を保有していることから、その活用を図ることが必要です。そのためには大学発ベンチャー⁵⁴のさらなる活発化や産業界における製品化をめざし、マッチングの場などで積極的な情報提供を行うなどの取組が期待されます。

県民においては、それぞれの経験や特徴を生かしてコーディネートする役割を担うことが求められます。

行政においては、産業界、大学等、県民のマッチングの場を積極的に創出していくことが求められます。特に、業種や分野を横断した経営者やコーディネーターが一堂に会する場や、研究が終わった後の知恵と産業化のアイデアをつなげる交流の場づくりなどを、活用にも結び付けることが必要です。

また、企業など産業界における知的財産の活用やマッチングの推進のため、企業などの相互交流やフェアなどを開催するとともに、コーディネート活動を展開していく必要があります。

さらに、中小・ベンチャー企業の事業化を支援するため、展示会などへの出展支援、新規性がある優良な製品の紹介・展示、選定された物品のモデル的購入、製品評価などの支援を行っていく必要があります。

54 大学の教員などが、研究成果を活用して創業すること。

（２）財産としての活用

自ら開発した技術が直接新しい製品やサービスに結び付かない場合は、他の人の技術やノウハウなどを活用する必要があることは先ほど述べたとおりです。しかし、そうではない活用方法もあります。つまり、ある分野で開発された技術（休眠状態の技術も含む）が、異なる分野で大きな貢献をすることもあり得ます。これは知的財産の大きな特長であり、汎用性あるいは将来性を持つ財産ということができます。

開発した技術を知的財産として活用する（流通させる）ためには、その技術の価値が高いうちに速やかに移転されることが必要です。しかし、産学官を問わず、技術の開発と技術の移転を扱う人やセクションが異なっていることが多く、知的財産の移転が思うように進まないこともあります。そのため、それぞれの組織において、知的財産の移転ができる体制づくりやマネジメントを行うことが求められます。

また、知的財産が財産としての価値を持つためには、開発された知的財産（シーズ）と求める知的財産（ニーズ）が一致する必要があり、この場面でも持っている知的財産や求める知的財産が公開されていることが必要になります。しかし、こうした情報は、経営戦略上なかなか出しにくいことも事実です。そのため、同じ産業分野での異業種交流にとどまらず、第一次産業、第二次産業、第三次産業の枠を超えた交流の場や、産学民官の開かれた交流の場づくりが求められています。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、自身が保有する特許などを他者に実施させ、ライセンス料を得ることも有効です。そのためには、使い切れていない休眠特許などを積極的に公開していくことが必要です。また、異なる分野との連携により、より広い範囲での知的財産の利用を考えていくことも大切です。

大学等においては、特許などをより積極的に公開し、企業が知的財産を活用しやすくすることが求められます。また、大学等の保有する技術シーズを速やかに企業に移転し、起業化や新分野への事業展開を支援していくことや、大学発ベンチャーなどに結び付けていくことが有効です。

行政においては、公設試験研究機関が、産業界、大学等と連携しながら、新技術・新品種を開発し、研究成果や知的財産を産業界に移転することが必要です。また、特許などの情報を収集すると同時に、活用の可能性を調査し、県外の知的財産を県内のニーズにあった形にするなど、産業の発展につなげることが必要です。さらに、公設試験研究機関は、中小企業や農林水産業などの生産者や経営者を対象に、それぞれのニーズにあった知的財産権・研究成果・知見などの知的財産を移転する必要があります。

（３）地域課題や地域振興への活用

安全・安心、環境保全、産業振興などの地域課題の解決や地域振興に対して、大学等や行政は、知的財産を用いて対応していくことが求められています。また、産業界にとっては新たなビジネスチャンスであると言えます。新しい知恵や独自の知恵である知的財産は、こうした分野においても積極的な活用が求められています。

そのためには、求められる技術や知恵の内容をあらかじめ明らかにし、できるだけ多様な分野の人

たちを集めて取り組むことが必要です。創造面で培った産学民官のマッチングを、この場面でも活用することが求められています。

なお、国などが行う競争的研究プロジェクトは、実用化が大きなポイントになっているものも多く、その意味でも創造された知恵を積極的に活用して、地域の振興に役立てていく必要があります。

さらに、地域の活性化を図るためには、知的財産の掘り起こしや権利化、地域ブランド化、地域の資源を生かした取組などに対する支援を行うことも必要です。

また、観光は雇用拡大など21世紀のリーディング産業として期待されています。観光産業は見えざる輸出産業としての観光産業（域外から消費者が来て直接地域で地域のを消費する）、多様な産業により構成される観光産業（宿泊、飲食、交通など幅広い多様な分野の産業がかかわる）、地域資源の活用により成立する産業（優れた地域資源が来訪の動機になる）といった三つの特性を有していることから、これらの点に注目して取り組んでいくことが必要です。

（各主体に求められる取組）

産業界においては、大学等、行政と連携しながら、新技術の開発や事業化を進めることが求められます。

大学等においては、地域課題の解決や行政の産業施策と整合して、新技術の開発を図り、地域の各主体との連携により積極的な技術移転を図ることが求められます。

県民、団体、NPOなどにおいては、今日の問題や地域活性化に対応するため、「新しい知恵」や「独自の知恵」を発揮して取り組む事業者と協力し、また、自らもこの課題に取り組むことが求められます。また、地域ブランドへの積極的な取組も期待されます。

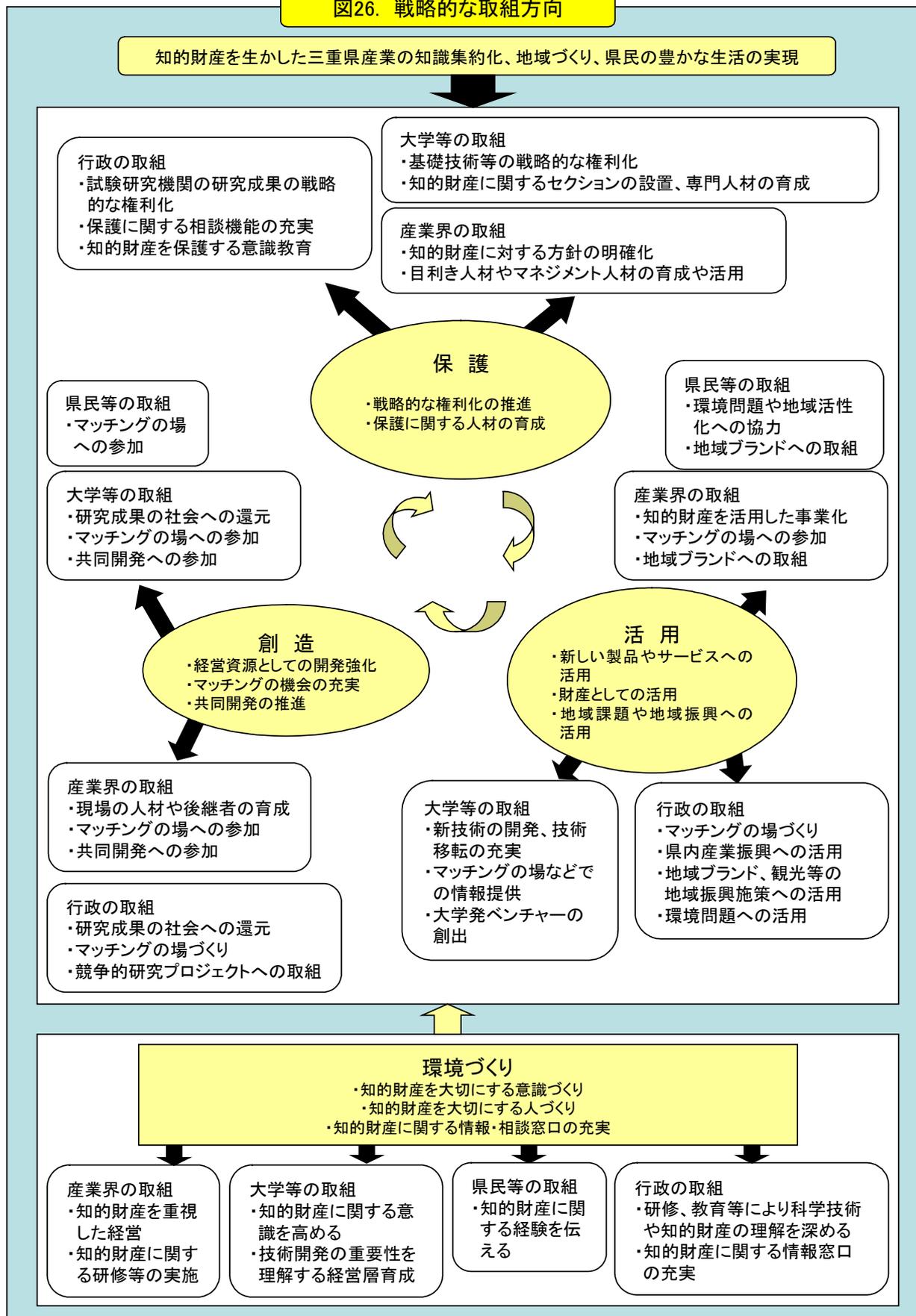
行政においては、地域課題の解決や地域振興の推進に知的財産をもっと活用するという意識を持ち、産業の振興に結び付けるほか、競争的研究プロジェクトを戦略的かつ計画的に獲得する体制を整え、さらに大型研究プロジェクトを誘致するなどして、県内産業の知識集約化に結び付けていく必要があります。

また、事業者の創意工夫により農林水産資源の高付加価値化が進む環境を整備するため、十分活用されていない農林水産物やその加工品に関する知的財産について事業者へ情報提供することが重要です。

さらに、地域の農林水産資源など知的財産の調査・評価による掘り起こしや遺伝資源の確保、同業種、異業種間のネットワーク形成などに対する支援を行い、地域による知的財産を活用した地産地消の活動やブランド化、観光産業との連携強化を進めることで、地域経済の活性化を図っていくことが重要です。

特に、三重ブランドのマークなどを県が商標として登録し、それを活用した取組は、既に一定の評価がされているところですが、一層のPRや拡充などに努めていく必要があります。また、観光については、観光地の魅力づくりの一つとしての県産品の魅力づくり、新たな観光資源の創出、文化遺産を生かした魅力づくりが必要です。さらに、人づくりを進め、観光地を支える人材の育成や観光関係者、県民一人ひとりのホスピタリティ（もてなし）の向上などを進める三重県観光の魅力を消費者にアピールしていく必要があります。

図26. 戦略的な取組方向



第7章 県行政が取り組む知的財産推進事業

この章では、前章の「戦略的な取組方向」を踏まえ、三重県庁が2006年度に取り組む知的財産に関連する事業（以下、知的財産推進事業）を示します。

今後、これら事業のほか、次期戦略計画の策定に伴い、2007年度以降に取り組む知的財産推進事業を追加していきたいと考えています。

なお、事業の主な目的に合わせて、環境づくり、創造、保護、活用のいずれかに事業を割り振っています。ただし、例えば知的財産の創造面が主となっている事業であっても、知的財産の活用面にも貢献しているといったように、他の目的にも貢献している事業については（再掲）として記載しています。

2006年度に三重県庁が取り組む知的財産推進事業は全部で91事業あり、そのうち再掲事業は27事業です。

内訳は環境づくり8事業（うち再掲2事業）、創造39事業（うち再掲8事業）、保護6事業（うち再掲5事業）、活用38事業（うち再掲12事業）となっています。

1 知的財産の環境づくり推進事業 ～知的財産への関心を高める～

（1）知的財産を大切にす意識づくり

①高等教育機関との連携強化費（担当：政策部）

【2006年度予算額 590千円】

県内高等教育機関との連携強化を図りながら、今後の高等教育機関との連携のあり方を検討する。

②知識・情報発信図書館整備事業（担当：教育委員会）

【2006年度予算額 1,254千円：新規事業】

生涯学習や社会・経済活動など県民の自己実現に向けた取組を支援するため、知識・情報の拠点となる新しい図書館像について、専門家のアドバイスも得ながら検討を行う。

③知的財産戦略ビジョン推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,148千円】

普及啓発としては、特に知的財産に関心の薄い層をターゲットにした説明会の実施、シンポジウムの開催などを行う。

また、知的財産戦略ビジョンの進行管理を行うほか、各主体と実務レベルの意見交換を行い、お互いの取組を理解し、ニーズの把握や取組の改善につなげる。

④なるほどコミュニケーション推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 2,667千円】

児童を中心に実験などを通じて科学の「おもしろさ」や「不思議さ」を体験してもらおう。また、青少年の発明などに対する顕彰として、(社)発明協会三重県支部が実施する発明工夫展の中で青少年の発明、考案など優秀な作品を顕彰する事業に対して補助を行う。

（2）知的財産を大切に作る人づくり

①元気な三重を創る高校生育成事業（担当：教育委員会）

【2006年度予算額 3,575千円：新規事業】

高校生の自立を促し、創造力を育むため、物事を多面的にとらえたり、本質的に考えたりすることができる力を身に付けるための教育のあり方を研究する。また、金融教育、消費者教育、知的財産権教育などを通じて社会人としての実践的な力を育むとともに、地域貢献やボランティア活動など社会の一員としての自覚を養うための取組を進め、心豊かで元気な三重をつくる高校生を育成する。

②（再掲）なるほどコミュニケーション推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 2,667千円】

児童を中心に実験などを通じて科学の「おもしろさ」や「不思議さ」を体験してもらおう。また、青少年の発明などに対する顕彰として、(社)発明協会三重県支部が実施する発明工夫展の中で青少年の発明、考案など優秀な作品を顕彰する事業に対して補助を行う。

（3）知的財産に関する情報・相談窓口の充実

①知的財産権活用支援事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,383千円】

県内の中小企業、ベンチャー企業などを対象に、知的財産権などの閲覧指導、検索指導、発明相談、特許技術移転相談などにより、知的財産権サポート体制を強化する。

②（再掲）メディカルバレー地域再生・構造改革特区促進事業（みえメディカルバレー知的財産活用促進事業）（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 8,038千円】

医療・健康・福祉分野における知的財産に関する相談窓口の開設など体制の整備、知的財産の活用・流通促進のための情報提供・人材育成、知的財産に関するマッチングなどの事業を実施する。

2 知的財産の創造推進事業 ～マッチング重視の知的財産の創造～

(1) 経営資源としての開発強化

①メディカルバレー創造的人材育成事業（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 10,900千円：新規事業】

高度科学知識を有する起業家タイプの人材を育成するために三重大学や県内企業と協働してOPT（On the Project Training）型の人材育成を行う。具体的には、①産学官の人材育成支援ネットワーク構築の支援、②大学院生をプロジェクトリーダーとする産学共同研究プロジェクトを行う県内企業に対して共同研究経費の一部を補助する。

②新商品・新技術開発支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 87,673千円】

一又は複数の中小企業者などが、経営の向上を目的として単独又は共同で行う新商品・新技術に関する研究開発などの事業に要する経費に対して補助を行う。

③地域産業経営改革支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 21,425千円】

地域産業に属する中小企業者など及び地域産業を振興する目的で公益法人が行う新商品・新技術の研究開発などに係る事業に要する経費に対して補助を行う。

④ベンチャー総合補助金（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 105,930千円】

ベンチャー創出の気運を高め、象徴的なサクセスストーリーを作り出すため、本県内で新たな事業に挑戦する事業家に、研究開発から生産・販売までの総合的な補助を行う。

⑤成果普及技術支援事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,664千円】

科学技術振興センターの総合的・横断的研究の成果を普及し技術移転に結びつけるため発表を行う。また、事業者を対象にその技術力の向上、商品開発のための技術支援を行う。

⑥燃料電池実用化戦略的技術開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 33,495千円】

燃料電池普及のためのセパレーター耐久性に係る基盤技術の研究を実施し、県内企業の関連技術を高度化して同産業の集積をはかり、新分野の展開に繋がる産業を振興する。

⑦燃料電池技術の普及を促進する要素開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 5,447千円：新規事業】

燃料電池の部材を低コストで成型する技術を開発することで、県内企業の燃料電池関連技術の高度化を推進し、産学官の共同研究に結び付けるなど、産業集積と産学官の連携を生かした新分野への展開を図る技術革新が次々と生み出され、地域産業の燃料電池分野への展開を促進する。

⑧地域天然資源の有効成分活用研究事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 4,997千円：新規事業】

県内で生産される天然資源や未利用の天然資源を医薬品や食品素材として活用するため、有効成分と安全性について調査し、データベース化を図るとともに、有用な天然資源として活用の可能性が高い素材を利用した医薬品・食品素材化の研究を実施する。

⑨機器開放推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 8,993千円】

県内の中小企業やベンチャー企業に対し、工業研究部の研究機能を生かし、設置されている試験研究機器を開放し、創造的な技術開発を行おうとする企業を支援する。

⑩工業等依頼試験費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 11,914千円】

企業が抱える技術課題の解決や技術開発への取組に対し、依頼試験、技術相談、技術開発支援などの方法で支援し、県内企業の技術の高度化を促進する。

⑪ものづくり技術者育成事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,037千円】

広く研修生の一般公募を行い、ろくろ技術を中心とした成形技術を習得させ、県内の陶磁器製造企業に就職させ、萬古、伊賀焼など県内窯業界の活性化を図る。

⑫みえのニューライス開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,500千円】

県ブランド米の産地間競争力を強化するため、三重県独自の水稻新品種を開発する。

⑬植物遺伝資源の収集保存と特産園芸品種開発費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,600千円】

県特産園芸作物の産地間競争力を強化するため、園芸特産品の新品種を開発する。

⑭ 耕畜連携による粗飼料生産と乳牛への給与技術の開発費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 4,000千円：新規事業】

水田で生産される粗飼料の高品質化と栄養価の向上を図るとともに、自給粗飼料多給型乳牛飼養技術を開発する。

⑮ イセエビ種苗大量生産技術開発費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,452千円】

本県沿岸漁業の重要種であるイセエビの増殖技術の確立を目的として、イセエビ幼生を安定して大量に飼育する技術の開発を行う。

⑯ 「三重のマハタ」高品質・早期安定種苗生産技術開発事業費
（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 11,771千円】

マハタ、クエなど三重県が全国に先行して開発している新しい魚種の生産技術を移転するとともに、地域間競争力を高めるため、生産の省力化技術や、高成長、耐病性など、優良な形質を備えた高品質システムを開発するための技術開発を行う。

⑰ 黒のり優良品種開発に関する研究費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,419千円】

黒のり養殖にかかる作業の効率化を図るとともに、病障害による品質と生産量の低下を軽減するため、黒のりの採苗技術の改良と細胞レベルの選抜による優良品種の開発を行う。

⑱ （再掲）UDのまちづくり賞（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 769千円：一部新規事業】

UDのまちづくり賞の応募作品のなかで優れた作品について、科学技術振興センターと連携をしながら、商品化や権利化に向けた検討を進める。

（2）マッチング機会の充実

① 知的ネットワーク形成事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 16,470千円】

「燃料電池」「ロボット」などの基盤技術の確立を図り、新産業の創造を促進するため、研究開発機能強化を図る。このため、国内外一線級研究者との連携や研究開発人材の育成を進めるとともに、地元自治体や産業界と協働して、研究開発を促すための仕組みづくりを進める。また、環境と経済の両立を可能とする社会を構築するため、エコプロダクツの開発など具体的な手法の検討を進める。

②先導的研究企画費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 2,791千円】

科学技術の重点戦略分野（バイオテクノロジー、ナノテクノロジー、環境、福祉）の新しい研究や地域の先導的な分野について、各分野・目的ごとの研究会を組織して、特許など情報の収集や可能性試験を実施することにより、県が行うべき研究プロジェクト課題の発掘を行う。

③地域産学官研究交流事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 5,382千円】

県内の大学など高等教育機関、公設試験研究機関及び行政、産業界の連携を促進する全県的な研究者サロンを構築し、交流会やコーディネーター会議の開催により、産学官共同研究の発掘を行う。また、四県の研究機関の連携による研究交流を推進する。

④産業ニーズ・技術シーズ活用化促進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 735千円】

県内企業へ出向いて企業のニーズを発掘（出前キャラバン）し、工業研究部や高等教育機関の研究成果とをマッチングさせる研究会の開催や共同研究に繋げるなどにより、県内企業における新技術の開発を促進する。

⑤（再掲）メディカルバレー地域再生・構造改革特区促進事業（みえメディカルバレー知的財産活用促進事業）（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 8,038千円】

医療・健康・福祉分野における知的財産に関する相談窓口の開設など体制の整備、知的財産の活用・流通促進のための情報提供・人材育成、知的財産に関するマッチングなどの事業を実施する。

⑥（再掲）競争的研究プロジェクト戦略推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,913千円：新規事業】

大型研究プロジェクトの申請・獲得に向けて、研究連携コーディネーターを設置して県内大学や企業へのプロジェクト提案、調整などを行うほか、そのプロジェクト育成試験を実施する。

（3）共同開発の推進**①バイオ産業創出事業（天然資源活用バイオ関係研究開発委託事業）（担当：健康福祉部）**

【2006年度予算額 11,089千円】

天然資源を活用したメディカル、アグリ、マリンバイオ分野の研究開発を促進するため産学官が協働して行う提案型の委託研究を実施する。

②バイオ産業創出事業（バイオベンチャー企業等研究開発補助事業）（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 5,089千円】

県内の医療・健康・福祉分野のバイオベンチャー企業などの研究開発を促進するため、県内大学などとの共同研究開発に要する費用の一部を補助する。

③医工連携開発促進事業（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 6,000千円：新規事業】

医療機器や福祉機器などのより付加価値の高い製品開発をめざし、医療現場に潜在化しているさまざまな開発ニーズとそれらに対応した工学的な技術シーズが一体となった医学と工学の融合による研究開発を進めるため、産学官が協働して行う提案型の委託研究を実施する。

④新製品・新分野展開共同研究事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 4,900千円：新規事業】

センターが保有する知的財産・研究成果・知見及び設備などを活用して、県内中小企業や生産者などのニーズに基づいた共同研究を実施する。

⑤競争的研究プロジェクト戦略推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,913千円：新規事業】

大型研究プロジェクトの申請・獲得に向けて、研究連携コーディネーターを設置して県内大学や企業へのプロジェクト提案、調整などを行うほか、そのプロジェクト育成試験を実施する。

⑥地域研究開発プロジェクト支援事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 57,947千円：一部新規事業】

県内の産学官が結集して共同研究を行う「産学官共同研究プロジェクト」について、公設試験研究機関としての研究調整や採択されたプロジェクトの実施を行う。

⑦熊野古道特産品共同研究開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 5,008千円】

カンキツ類、紅茶など地域資源を利用・加工した地域産品、新亜熱帯果樹などの新地域産品を開発する。これら既存の農業など農林水産業を生かし開発された技術は、生産者などに移転され、観光資源としても活用される効果が期待できる。

⑧未利用海藻活用共同研究事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 2,612千円】

未利用海藻の有効利用技術を確立し、浅海域の水質浄化に貢献するとともに、生態系への悪影響や悪臭などの環境問題の解決をめざす。

⑨ 鋳物産業等の新製品開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 4,250千円：新規事業】

北勢地域を中心に立地する代表的地域産業である鋳物業界及び建築金物業界の新製品開発を支援するために、転倒防止マンホール蓋、グレーチング、デザインに優れた鋳物製品の開発を行う。

⑩ 地域特産きのこの生産力向上に関する研究費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 2,440千円】

三重県内で盛んなきのこの人工栽培において、種菌の変異や劣化による生産力の低下が懸念されている。このうち三重県特産であるヒラタケとハタケシメジの生産者のため、さらには消費者への安定供給を維持するため、きのこ業界と連携して優良種菌の探索とその維持、栽培方法について検討し、きのこ産地として強化を図る。

⑪（再掲）メディカルバレー創造的人材育成事業（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 10,900千円：新規事業】

高度科学知識を有する起業家タイプの人材を育成するために三重大学や県内企業と協働してOPT（On the Project Training）型の人材育成を行う。具体的には、①産学官の人材育成支援ネットワーク構築の支援、②大学院生をプロジェクトリーダーとする産学共同研究プロジェクトを行う県内企業に対して共同研究経費の一部を補助する。

⑫（再掲）新商品・新技術開発支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 87,673千円】

一又は複数の中小企業者などが、経営の向上を目的として単独又は共同で行う新商品・新技術に関する研究開発などの事業に要する経費に対して補助を行う。

⑬（再掲）燃料電池実証試験等を活用したモデル地域づくり事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 70,687千円】

燃料電池実証試験などへの支援を行い、地域への燃料電池技術の集積を進めるとともに、情報収集や発信などの取組を進める。また、新たな国プロジェクトを誘致するとともに、水素エネルギー社会を構築するため、地域資源と新エネルギーをベストミックスした燃料電池活用モデルを検討する。

⑭（再掲）アグリビジネス化支援研究開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 7,244千円】

農林水産資源を活用しようとする者の提案を受けて商品開発の共同研究などを行い、また、新たな地域特産物の核となる商品開発研究を行うことで地域農産物を用いた加工食品開発（6次産業化）の取組を強化する。

⑮ (再掲) 耐火性複合構造材の実用化研究事業費 (担当: 科学技術振興センター)

【2006年度予算額 24,000千円】

鋼材と木材の複合構造材に、耐火性能を付与した建設資材として実用化技術を確立する。

3 知的財産の保護推進事業 ~安心して使うための仕組みづくり~

(1) 戦略的な権利化の推進

① 特許等取得推進事業費 (担当: 科学技術振興センター)

【2006年度予算額 5,958千円】

公設試験研究機関における研究成果(共同研究を含む)を特許などの取得に結び付けるとともに、その特許などの維持や移転を行う。

② (再掲) 中小・ベンチャー企業の知的財産創造に向けた戦略的支援事業
(担当: 農水商工部)

【2006年度予算額 5,880千円: 新規事業】

中小・ベンチャー企業が、企業価値と競争力の源泉である独自技術やノウハウを含めた知的財産について、総合的な戦略として経営に結び付けていくマネジメント能力を醸成するためのインフラ整備を行い、中小・ベンチャー企業の独創的な新事業・サービス創出に向けた取組を支援する。

③ (再掲) 中小企業組合による地域ブランド競争力強化支援事業 (担当: 農水商工部)

【2006年度予算額 1,433千円: 新規事業】

三重県中小企業団体中央会が、事業協同組合などが有する、地域ブランドとなり得る商品・サービスを発掘し、専門家や支援機関による「地域ブランド応援隊」が商品などの認知度を高め、販路開拓支援などを行う取組を支援する。

(2) 保護に関する人材の育成

① (再掲) みえメディカル研究会事業 (知的財産研究会) (担当: 健康福祉部)

【2006年度予算額 5,830千円(一部)】

医療・健康・福祉分野の知的財産に関する産学民官参加型の研究会を開催し、会員間の意見交換や情報交流を行う。

② (再掲) 地域資源ブランド化支援調査事業 (担当: 農水商工部)

【2006年度予算額 8,000千円: 新規事業】

地域の事業者が連携し、農林水産資源を活用した個性ある高付加価値化戦略を主体的に展開している姿をめざし、マーケットインの発想で高付加価値化戦略を実施する「人材の育成」と相乗効果の発揮を可能にする「ネットワークの形成」を構築するための基礎調査を行う。また、その素材となる農林水産物に関する知的財産の効率的な発掘、活用について専門家委員会で検討し、事業者にも活用を促

すセミナーを実施する。

③（再掲）知的財産権活用支援事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,383千円】

県内の中小企業、ベンチャー企業などを対象に、知的財産権などの閲覧指導、検索指導、発明相談、特許技術移転相談などにより、知的財産権サポート体制を強化する。

4 知的財産の活用推進事業 ～使う場面を広げる知的財産の活用～

（1）新しい製品やサービスへの活用

①メディカルバレー地域再生・構造改革特区促進事業（みえメディカルバレー知的財産活用促進事業）（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 8,038千円】

医療・健康・福祉分野における知的財産に関する相談窓口の開設など体制の整備、知的財産の活用・流通促進のための情報提供・人材育成、知的財産に関するマッチングなどの事業を実施する。

②みえメディカル研究会事業（知的財産研究会）（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 5,830千円（一部）】

医療・健康・福祉分野の知的財産に関する産学民官参加型の研究会を開催し、会員間の意見交換や情報交流を行う。

③UDのまちづくり賞（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 769千円：一部新規事業】

UDのまちづくり賞の応募作品のなかで優れた作品について、科学技術振興センターと連携をしながら、商品化や権利化に向けた検討を進める。

④普及指導活動事業費（担当：環境森林部）

【2006年度予算額 6,244千円】

森林所有者に対して、林業に関する技術及び知識の普及と森林施業に関する指導を行い、林業技術の改善、経営の合理化、森林の整備を促進するとともに、林業経営体及び事業体の育成、流域管理システムを推進し、林業の振興と森林の有する諸機能の高度発揮に資する。

⑤産業フェア開催事業（担当：農水商工部）

【2005年度予算額 12,786千円：新規事業】

新産業や新市場に挑戦する企業活動について、開発した技術や製品をPRし、販路拡大に結び付けるビジネスマッチングの場を提供するとともに、2005年に制定された「三重県地域産業振興条例」に基づき、県内の物品や産業活動について県民の関心を深めるための広報活動を行う。

⑥中小・ベンチャー企業の知的財産創造に向けた戦略的支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 5,880千円：新規事業】

中小・ベンチャー企業が、企業価値と競争力の源泉である独自技術やノウハウを含めた知的財産について、総合的な戦略として経営に結び付けていくマネジメント能力を醸成するためのインフラ整備を行い、中小・ベンチャー企業の独創的な新事業・サービス創出に向けた取組を支援する。

⑦地域中小企業の価値創造支援事業費（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 6,765千円：新規事業】

地域における中小企業や団体などの連携による技術経営人材の育成、産学官連携による中小企業の技術力アップ、大手商社との連携による中小企業の新事業創出や販路開拓支援などの実施により、地域中小企業の価値創造を支援する。

⑧商品化ブラッシュアップ事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 3,715千円：一部新規事業】

経営革新計画の承認を受けた企業が計画に基づき開発した新製品・サービスのうち、新規性や製造技術が認められる優れた商品でありながら、市場に投入しても成果が見受けられない商品について、専門家の派遣により商品化へのブラッシュアップを実施し、商品としての完成度を高め販路開拓をより効果的円滑に行えるよう支援する。

⑨みえ新産業創出促進調達事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 1,815千円】

県内のベンチャー企業の製品や技術、役務などの販路開拓を支援するため、審査委員会によって選定された製品などについて、県が率先して調達を行う。また、展示&プレゼンテーション会を開催し、県や市町の調達担当者などへ製品などのPRの機会を設け、公的部門における販路拡大を推進する。

⑩三重県農業技術情報システム整備事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 3,083千円】

農業技術情報システム（MATe）の整備・活用により、三重県の知的財産に関する情報（情報関係）を農業者、県民に広くPRするとともに、相互の情報交流を図り、知的財産の活用、新たな知的財産の創造に寄与する。

⑪農業経営体育成普及事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 65,389千円】

生産現場における技術的課題解決を早急に図るため、経営者である農業者に対し、普及活動により、研究部で開発された技術（知的財産）などの伝達・指導を行い、農業・農村の活性化を図る。また、農業者が独自で開発した技術など知的財産の管理や活用へのアドバイスを行う。

⑫水産業改良普及事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 3,472千円】

漁業の健全な発展を促進するための経営・技術指導を行うとともに、三重県独自の漁法や漁村文化（知的財産）の伝承をサポートする普及活動を積極的に展開する。

⑬アグリビジネス化支援研究開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 7,244千円】

農林水産資源を活用しようとする者の提案を受けて商品開発の共同研究などを行い、また、新たな地域特産物の核となる商品開発研究を行うことで地域農産物を用いた加工食品開発（6次産業化）の取組を強化する。

⑭耐火性複合構造材の実用化研究事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 24,000千円】

鋼材と木材の複合構造材に、耐火性能を付与した建設資材として実用化技術を確立する。

⑮（再掲）ベンチャー総合補助金（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 105,930千円】

ベンチャー創出の気運を高め、象徴的なサクセスストーリーを作り出すため、本県内で新たな事業に挑戦する事業家に、研究開発から生産・販売までの総合的な補助を行う。

⑯（再掲）中小企業組合による地域ブランド競争力強化支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 1,433千円：新規事業】

三重県中小企業団体中央会が、事業協同組合などが有する、地域ブランドとなり得る商品・サービスを発掘し、専門家や支援機関による「地域ブランド応援隊」が商品などの認知度を高め、販路開拓支援などを行う取組を支援する。

⑰（再掲）知的ネットワーク形成事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 16,470千円】

「燃料電池」「ロボット」などの基盤技術の確立を図り、新産業の創造を促進するため、研究開発機能強化を図る。このため、国内外一線級研究者との連携や研究開発人材の育成を進めるとともに、地元自治体や産業界と協働して、研究開発を促すための仕組みづくりを進める。また、環境と経済の両立を可能とする社会を構築するため、エコプロダクツの開発など具体的な手法の検討を進める。

⑱（再掲）成果普及技術支援事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,664千円】

科学技術振興センターの総合的・横断的研究の成果を普及し技術移転に結び付けるため発表を行う。また、事業者を対象にその技術力の向上、商品開発のための技術支援を行う。

⑬（再掲）燃料電池実用化戦略的技術開発事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 33,495千円】

燃料電池普及のためのセパレーター耐久性に係る基盤技術の研究を実施し、県内企業の関連技術を高度化して同産業の集積をはかり、新分野の展開に繋がる産業を振興する。

（2）財産としての活用

①新しい三重の酒造好適米品種の育成と地域特産化事業費

（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 1,920千円】

実需者、地域農業者などとの連携を図りながら、三重県産の酒造好適米品種による地域特産酒を育成する。

②（再掲）メディカルバレー地域再生・構造改革特区促進事業（みえメディカルバレー知的財産活用促進事業）（担当：健康福祉部）

【2006年度予算額 8,038千円】

医療・健康・福祉分野における知的財産に関する相談窓口の開設など体制の整備、知的財産の活用・流通促進のための情報提供・人材育成、知的財産に関するマッチングなどの事業を実施する。

③（再掲）新製品・新分野展開共同研究事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 4,900千円：新規事業】

センターが保有する知的財産・研究成果・知見及び設備などを活用して、県内中小企業や生産者などのニーズに基づいた共同研究を実施する。

④（再掲）特許等取得推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 5,958千円】

公設試験研究機関における研究成果（共同研究を含む）を特許などの取得に結び付けるとともに、その特許などの維持や移転を行う。

⑤（再掲）知的財産権活用支援事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,383千円】

県内の中小企業、ベンチャー企業などを対象に、知的財産権などの閲覧指導、検索指導、発明相談、特許技術移転相談などにより、知的財産権サポート体制を強化する。

（3）地域課題や地域振興への活用

①「三重の木と暮らす」住まいづくり支援事業費（担当：環境森林部）

【2006年度予算額 76,000千円】

県内の森林から産出され、品質の確かな木材製品を提供する「三重の木」認証制度の定着と「三重の木」を使った住宅に対する支援を実施する。

②地域産業力創出支援事業費（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 2,653千円：新規事業】

商工会議所、商工会などが、民間企業やNPO、大学など研究機関、行政など多様な主体と連携体を構築し、地域の魅力や資源を発掘・活用した新たな商品・サービスを開発するなど、地域資源の事業化を図る先駆的な取組に対して支援する。

③中小企業組合による地域ブランド競争力強化支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 1,433千円：新規事業】

三重県中小企業団体中央会が、事業協同組合などが有する、地域ブランドとなり得る商品・サービスを発掘し、専門家や支援機関による「地域ブランド応援隊」が商品などの認知度を高め、販路開拓支援などを行う取組を支援する。

④燃料電池実証試験等を活用したモデル地域づくり事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 70,687千円】

燃料電池実証試験などへの支援を行い、地域への燃料電池技術の集積を進めるとともに、情報収集や発信などの取組を進める。また、新たな国プロジェクトを誘致するとともに、水素エネルギー社会を構築するため、地域資源と新エネルギーをベストミックスした燃料電池活用モデルを検討する。

⑤地域資源ブランド化支援調査事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 8,000千円：新規事業】

地域の事業者が連携し、農林水産資源を活用した個性ある高付加価値化戦略を主体的に展開している姿をめざし、マーケットインの発想で高付加価値化戦略を実施する「人材の育成」と相乗効果の発揮を可能にする「ネットワークの形成」を構築するための基礎調査を行う。また、その素材となる農林水産物に関する知的財産の効率的な発掘、活用について専門家委員会で検討し、事業者に活用を促すセミナーを実施する。

⑥新「三重ブランド」推進事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 35,705千円】

全国に通じる高い商品力がある県産品を「三重ブランド」として認定・情報発信するとともに、新たな「三重ブランド」の創出に向け、マーケティングに関する支援を行い、三重県のイメージアップ、県産品全体の評価の向上を図る。

⑦6次産業化・アグリビジネス支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 10,253千円】

農林水産業者、加工業者、流通販売業者、サービス提供者などを対象に、異業種交流、マッチング、研究支援などによる新商品開発のための支援を行い、地産地消の考えを踏まえた物・サービスが提供される機会を拡大し、地域産業の活性化を図る。

⑧みえの伝統農産物等活用促進事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 6,500千円：新規事業】

県内の伝統的な品種や品目に着目し、その文化力を活用しつつ、産地の生産体制の再構築と地産地消活動や観光産業との連携強化を促進する。

⑨観光情報提供事業推進（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 91,347千円】

官民の協働により、様々なアイデアや観光の素材を生かし、観光地の魅力を戦略的に情報発信するとともに、他府県との広域連携事業などを実施し、観光客の誘致に繋げる。

⑩魅力ある観光地づくり支援事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 30,421千円】

首都圏など全国から誘客できる魅力的な観光地をめざして、地域が取り組む快適な観光交流空間づくりへの支援を行う。

⑪閉鎖性海域の環境創生プロジェクト研究事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 20,568千円】

国の大型研究プロジェクトに採択され実施している「閉鎖性海域における環境創生プロジェクト（2003年1月～2007年12月）」において、英虞湾の水環境保全・再生に向けて、地元関係者の積極的な協力の下で産学官連携により研究開発を進める。

⑫（再掲）産業フェア開催事業（担当：農水商工部）

【2006年度予算額 12,786千円：新規事業】

新産業や新市場に挑戦する企業活動について、開発した技術や製品をPRし、販路拡大に結びつけるビジネスマッチングの場を提供するとともに、2005年に制定された「三重県地域産業振興条例」に基づき、県内の物品や産業活動について県民の関心を深めるための広報活動を行う。

⑬（再掲）競争的研究プロジェクト戦略推進事業費（担当：科学技術振興センター）

【2006年度予算額 3,913千円：新規事業】

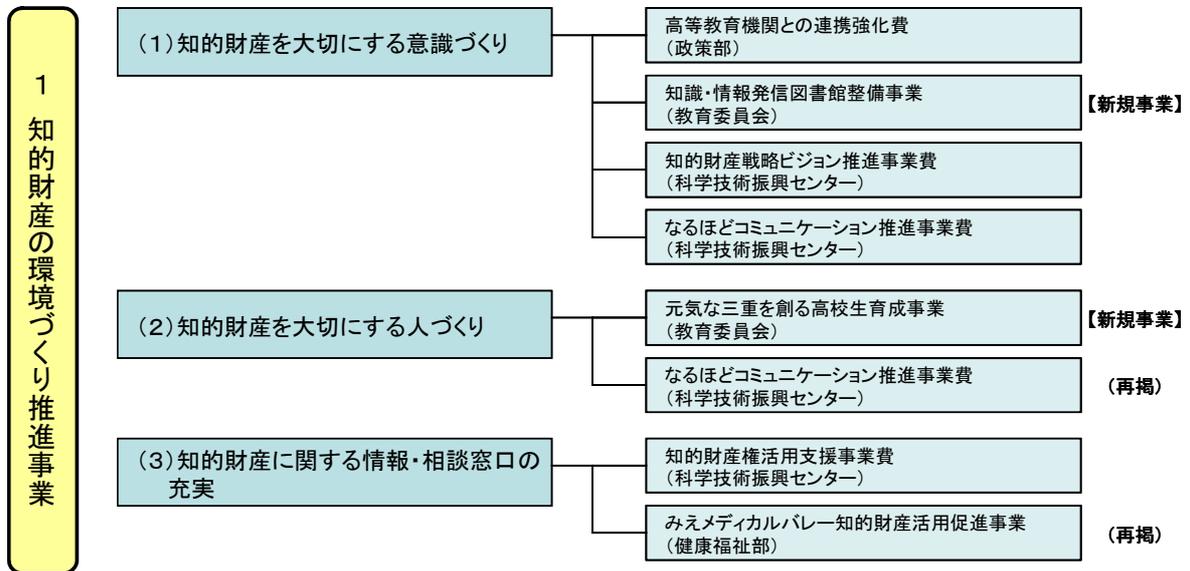
大型研究プロジェクトの申請・獲得に向けて、研究連携コーディネーターを設置して県内大学や企業へのプロジェクト提案、調整などを行うほか、そのプロジェクト育成試験を実施する。

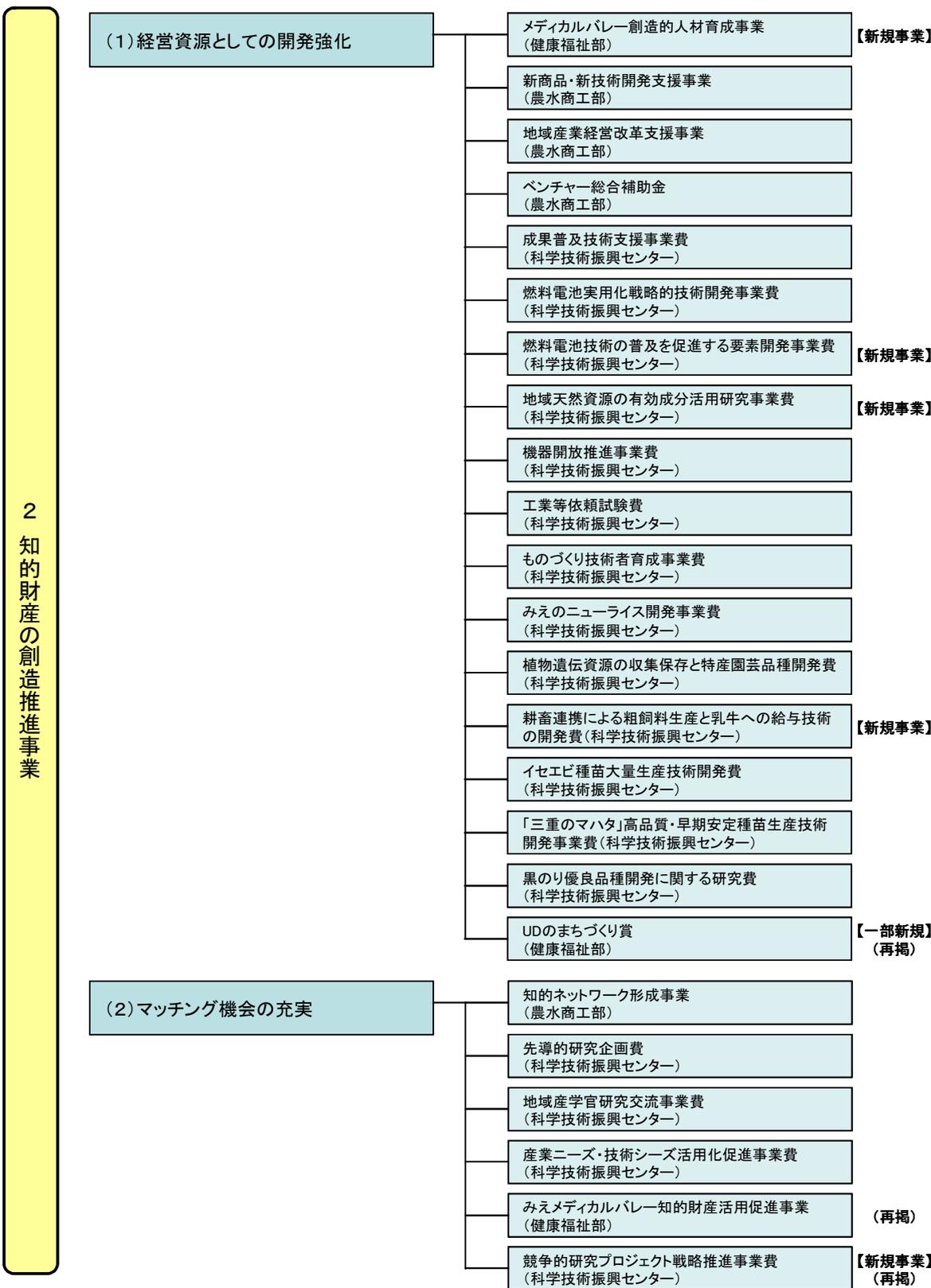
**⑭（再掲）新しい三重の酒造好適米品種の育成と地域特産化事業費
（担当：科学技術振興センター）**

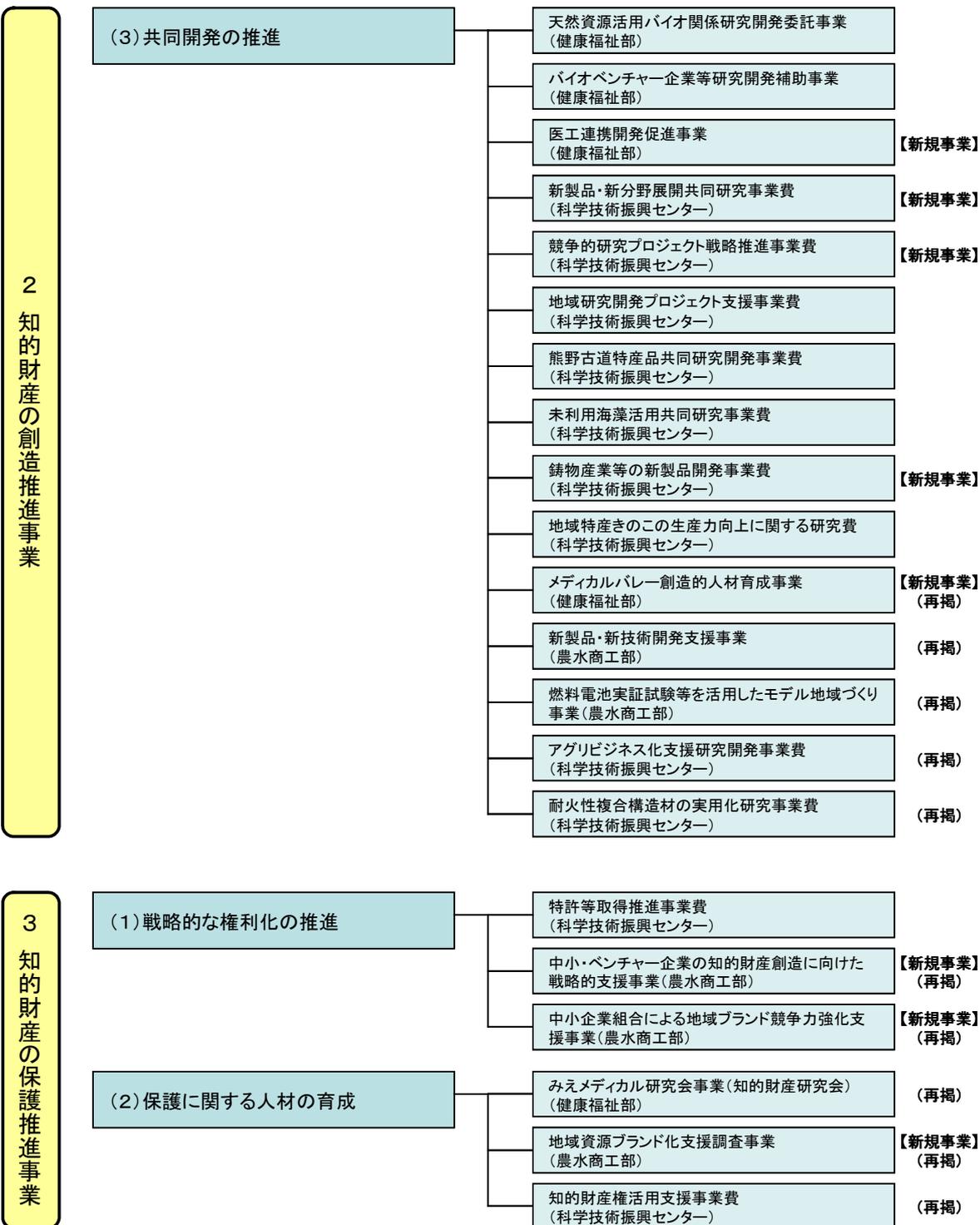
【2006年度予算額 1,920千円】

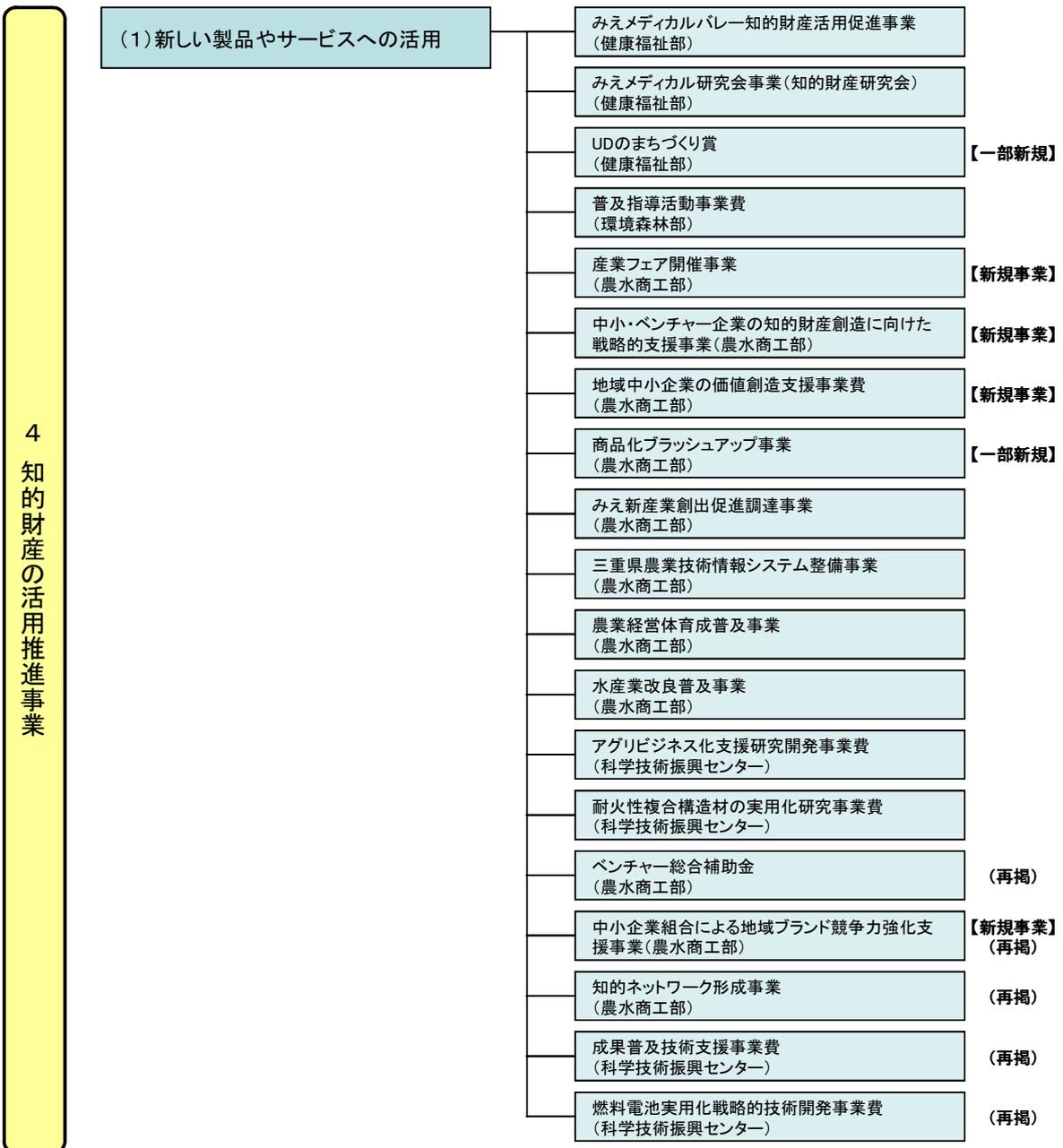
実需者、地域農業者などとの連携を図りながら、三重県産の酒造好適米品種による地域特産酒を育成する。

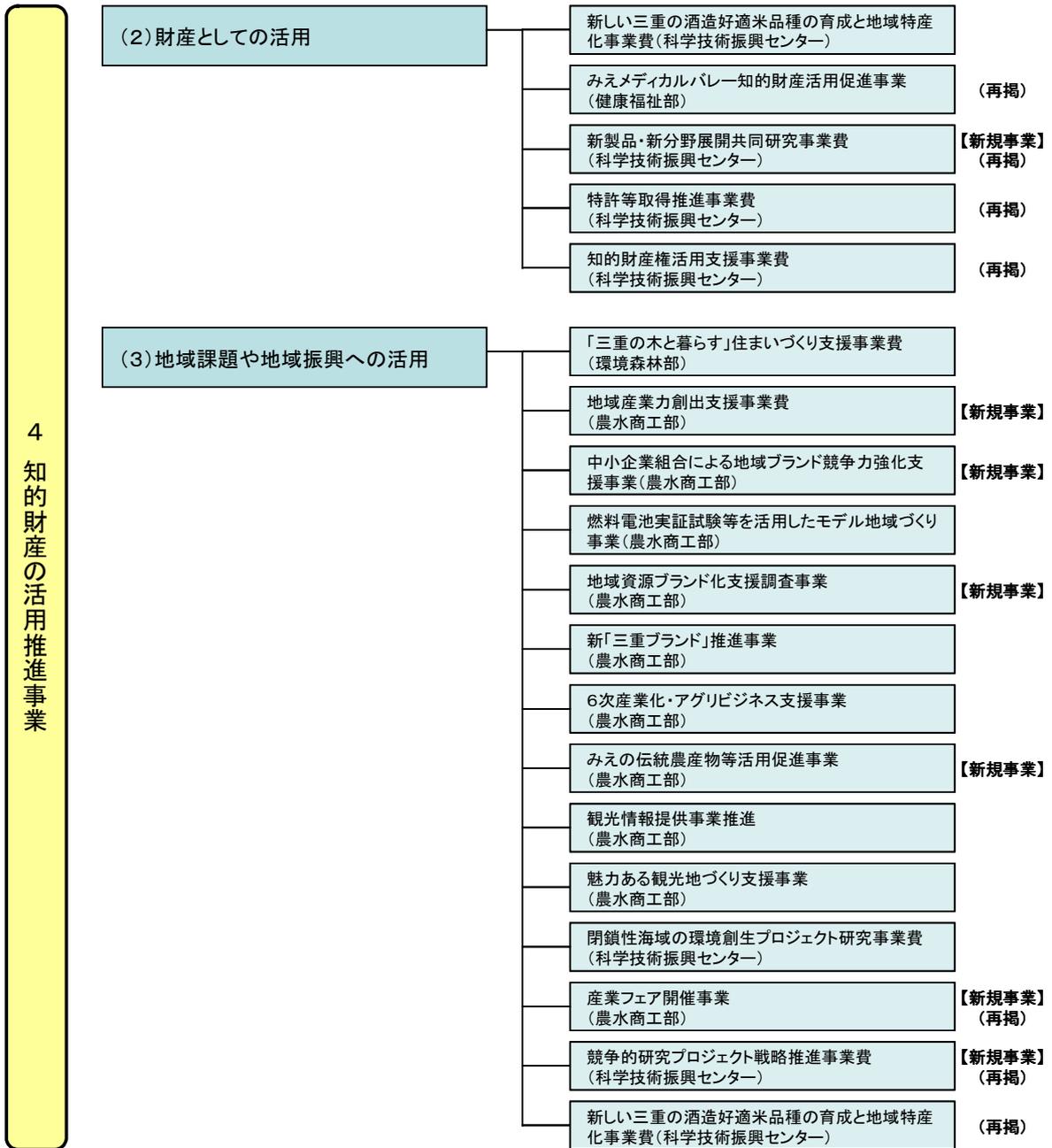
図27. 県行政が取り組む知的財産推進事業 体系図











三重県知的財産戦略ビジョン

2006年3月
三 重 県

〒512-1211 四日市市桜町 3690-1
(科学技術振興センター)
TEL 059-329-3601
FAX 059-329-8016
E-mail kagi@pref.mie.jp

