

# 沖縄県知的財産活用ビジョン

知的創造サイクルの拡充・活用による  
イノベーションの創出とブランドの構築

平成20年3月

沖縄県

# 一 目 次 一

<b>第 1 章 策定の趣旨</b>	・ ・ ・ ・ ・ 1 p
第 1 節 策定の背景	
第 2 節 位置づけ	
第 3 節 推進期間	
<b>第 2 章 「知的創造」をめぐる国と地方の動向</b>	・ ・ 2 p
第 1 節 国の動向	
1. 知的財産戦略	
2. イノベーション戦略	
3. 地域資源の活用と地域ブランド	
第 2 節 地方自治体の取り組み	
1. 知的財産戦略	
2. イノベーション戦略	
3. 地域ブランド戦略	
<b>第 3 章 沖縄県の現状と課題</b>	・ ・ ・ ・ ・ 4 p
第 1 節 知的創造サイクル構築への取り組み	
1. 知的財産の現状と問題点	
2. 知的創造サイクル構築への取り組み	
第 2 節 イノベーションの創出	
1. イノベーションの基盤となる研究施設の整備	
2. イノベーションを育てる仕組み	
3. イノベーションを支える研究人材	
4. イノベーションと地域の関わり	
第 3 節 ブランド戦略への取り組み	
1. ブランド構築に関する県の取り組み	
2. 沖縄におけるブランド構築の課題	
<b>第 4 章 基本的考え方</b>	・ ・ ・ ・ ・ 11 p
第 1 節 基本目標と視点	
第 2 節 戦略の方向	
<b>第 5 章 施策の推進方向</b>	・ ・ ・ ・ ・ 12 p
第 1 節 知的創造サイクルの拡充・活用による科学技術の振興	
1. ニーズを踏まえた研究開発の推進	
2. 研究成果の戦略的活用	
3. 産学官連携の充実	
第 2 節 知的創造サイクルの拡充・活用による産業の振興	

1. イノベーション創出の加速化
2. ブランド化の促進
3. 知的財産の保護・活用

第3節 知的創造サイクルの拡充・活用による地域の振興

1. 地域発イノベーションの促進
2. 地域ブランドの創出
3. 人材育成とネットワークの構築

**第6章 推進体制**

・・・・・・・・ 18 p

第1節 庁内推進会議の設置

第2節 関連する協議会等との連携

# 第1章 策定の趣旨

## 第1節 策定の背景

人間の知的活動により産み出される新たな技術、商品、サービス等は、経済や社会の発展の原動力になるものであり、これらを知的財産として保護・活用する「特許重視施策」が進展している。

沖縄の地域特性を活かし、民間主導の自立型経済を目指していくためには、研究開発を出発点とするイノベーションを持続的に展開し、産業や地域活性化へと繋げていくことが重要である。

また、沖縄が有するユニークな自然条件と、その中で培われてきた歴史、文化、風土などを最大限に活用し、提供する商品やサービスを「ブランド」として育てていく必要がある。

これらの創造的活動を展開するためには、知的財産の創造・保護・活用を図る「知的創造サイクル」を構築していくことが必要不可欠となっている。

## 第2節 位置づけ

知的創造サイクルを構築する施策については、平成18年3月に内閣府沖縄総合事務局経済産業部の主導のもと、沖縄の主要な産学官が参加し「沖縄地域知的財産推進計画」が策定されたところである。

今後は、本計画の着実な実施により、本県における知的創造サイクルの構築を図るとともに、そのサイクルを本県の科学技術、産業、地域の振興へと繋げていかなければならない。

また、事業化できる知的財産を創出するイノベーションを促進するとともに、生み出された商品・サービス等をブランドへと育てていく必要がある。

これらの課題を実現していくためには、県の産業振興施策、科学技術振興施策や地域振興施策が連携した取り組みが必要である。

そのため、「知的創造サイクルの構築」という視点から、イノベーションの創出とブランドの構築に関する県の取り組み方針を明らかにし、一体的な施策推進を図ることとする。

## 第3節 推進期間

戦略の推進期間は「沖縄振興計画」の後期、平成19年度から23年度までの5カ年間とする。

## 第2章 「知的創造」をめぐる国と地方の動向

### 第1節 国の動向

政府は、知的財産基本法を制定、「知的財産立国」を目指した施策を展開するとともに、平成19年5月には、2025年までを目指した長期的かつ戦略的な指針となる「イノベーション25」を策定した。

また、「中小企業地域資源活用プログラム」（経済産業省）や、「新規需要創造対策」（農林水産省）の創設等、地域資源の活用や地域ブランドを促進する施策が進展している。

#### 1. 知的財産戦略

##### (1) 知的財産基本法と知的財産推進計画

平成14年に知的財産基本法が成立。平成15年3月には知的財産戦略本部を設置し知的財産推進計画を策定。第1期（平成15～17年度）を経て平成18年度からは第2期計画（平成18～20年度）がスタートしている。

同計画では、世界最先端の知財立国を目指すことを目標に、取り組むべき重要施策を370項目とし、特に重要な施策を重点編としてとりまとめている。また、「ライフスタイルをいかした日本ブランド戦略の推進」が重点項目のひとつに掲げられ、地域団体商標制度の活用による地域ブランドの保護が示されている。

##### (2) 地域知的財産戦略本部

経済産業省は、平成17年度から地方経済産業局ごとに、「地域知的財産戦略本部」を設置している。

沖縄においても、内閣府沖縄総合事務局経済産業部の主導のもと、県内の産学官による「沖縄地域知的財産戦略本部」が設置され、平成18年3月に「沖縄地域知的財産推進計画」を策定した。

#### 2. イノベーション戦略

政府が平成19年5月に取りまとめた長期戦略指針「イノベーション25」において、イノベーションとは、「技術の革新にとどまらず、これまでとは全く違った新たな考え方、仕組みを取り入れて新たな価値を生み出し、社会的に大きな変化を起こすこと」と定義。

我が国が人口減少社会を迎える中であっても、技術革新、新しいアイデア、ビジネスなどによるイノベーションで持続的成長と豊かな社会を実現するため、「社会システム」と「科学技術」の一体的戦略を図るとしており、以下の5点を基本的な考え方としている。

- 未来に向けての高い目標設定と挑戦
- グローバル化と情報化の伸展への的確な対応
- 生活者の視点の重視
- 多様性を備えた変化と可能性に富む社会への変革
- 「出る杭」を延ばす等人材育成が最重要

そして、イノベーションで拓く2025年の日本の姿を描くとともに、「イノベーション立国」に向け、社会システムの改革戦略と技術革新戦略の一体的推進を図っている。

### 3. 地域資源の活用と地域ブランド

#### (1) 中小企業地域資源活用促進法

この法律は各地域の「強み」である産地の技術や農林水産品、観光資源等の地域資源を活用して新商品開発等を行う中小企業を総合的に支援し、地域経済の活性化を図るものである。

経済産業省では、本法に基づき「中小企業地域資源活用プログラム」を平成19年度より創設した。

#### (2) 新需要創造対策

「21世紀新農政2006」では、新食品・新素材の市場拡大を図るため、研究開発・技術移転・地域ブランドの確立など知的財産権を活用する施策による産地形成を掲げている。

その取り組みを加速する施策として、農林水産省では平成19年度に「新需要創造対策」を創設し、新食品・新素材の開発・実用化・事業化を支援することとしている。

## 第2節 地方自治体の取り組み

地域間競争が激化する中、各都道府県では、独自の知的財産戦略の策定や知的創造の中核となる地域クラスターの形成、自治体レベルでの地域ブランド戦略の策定や、戦略を推進する庁内横断組織の設置などが進展している。

### 1. 知的財産戦略

知的財産基本法では地方自治体の責務として、知的財産を活用した産業振興や科学技術振興に取り組むための戦略を策定することが掲げられている。

平成18年度末時点で22の都道府県で知的財産戦略が策定されており、鳥取県では知的財産に関する基本条例を制定している。

### 2. イノベーション戦略

大学と企業等との連携による研究開発の推進や、包括的な協約に基づく大学と自治体とのパートナーシップの形成など、地域における産学官連携が強化されている。

また、知的クラスター創生事業や都市エリア産学官連携促進事業など、地域の大学、公設試及び企業等が結集し、知的創造拠点の形成を目指す中核的研究開発プロジェクトが各地域で展開されている。

### 3. 地域ブランド戦略

「地域団体商標制度」に登録査定された243件のうち、農林水産一次産品（91件）と工業製品（91件）で全体の3/4を占めており、地域ブランドに占める両者の割合は高い。

都道府県レベルで地域ブランド戦略を策定しているのは6自治体（平成18年現在）ある。また、地域ブランド施策を推進する統括組織を設置しているのが3自治体、横断的連携を図る庁内連携組織を設置しているのが9自治体あり、地域ブランド施策を戦略的に推進しようとする自治体が増加しつつある。

## 第3章 沖縄県の現状と課題

### 第1節 知的創造サイクル構築への取り組み

知的財産の創造・保護・活用に産学官が連携して取り組み、本県における知的創造サイクルを構築しようとする「沖縄地域知的財産推進計画」がスタート。知的財産権の理解を深める活動や、専門人材を介した特許活用の事業が展開されている。

また、大学や公設試等による知的財産の創出と活用をより一層推進することや、新たに設立された(株)沖縄TLOによる研究シーズとニーズのマッチングや技術移転への取り組みが期待されている。

#### 1. 知的財産の現状と問題点

本県における特許・実用新案の出願件数は全国40位以下であり、特許出願のほぼ半数は個人による出願となっているのが特徴である。

意匠・商標については全国中位の出願である。特に商標出願の伸びが顕著で、平成15年から16年の伸び率は全国最大となっており、商標に対する関心の高まりが見られる。

このような現状について、「沖縄地域知的財産推進計画」では、知的財産の創造、権利保護、権利活用の各段階において、知的財産の重要性に対する認識や知識が不足していることをあげている。

さらに、大学や公設試験研究機関の知を社会的に活用するための資金・人材・情報発信が不十分なこと、権利化の意義に関する知識の不足、他者権利活用に関する情報・契約等の知識不足や、大学等の知的財産に関する情報の不足などを問題点としている。

#### 2. 知的創造サイクル構築への取り組み

##### (1) 沖縄地域知的財産推進計画

本計画は、沖縄地域において、知的創造サイクルを構築するために取り組むべき事項を示したもので、基本目標は「競争力のある技術・ブランドの創出と活用に向けた、地域資源の連携強化と人材育成の推進」となっている。

この目標を実現するため、①意識啓発の強化、②基盤の充実、③人材の育成と確保、④知的財産活用による地域振興を柱とする「知的財産推進アクションプラン」を提示している。

今後は、アクションプランに沿って産学官が連携し事業に取り組むとともに、進捗状況のフォローアップにより、戦略的な事業運営に努めなければならない。

##### (2) 発明協会沖縄支部と知的所有権センター事業

(社)発明協会沖縄県支部は、発明の奨励及び産業財産権制度の普及啓発に関する事業を実施し、県内中小企業や個人事業者の発明・創意工夫の高揚及び権利化に貢献している。

また、知的所有権センター事業では、専門のアドバイザーを配置し、開放特許等を活用した事業化を支援する等、知的財産の専門人材が不足している本県において、特許活用による技術支援等で成果をあげている。

今後も、派遣されるアドバイザーが活動しやすい環境を整えるとともに、このような専門知識を有する人材を県内においても確保し、支援体制の充実を図る必要がある。

また、今後は、利用者の利便性向上のため、特許等の取得、保護、活用に関するワンストップサービスの実現に努める必要がある。

### (3) 大学・試験研究機関等

民間の研究機関が少ない本県において、大学や公設試験研究機関が知的財産の創出に果たす役割は極めて大きい。

琉球大学は平成16年に国立大学法人となり、地域貢献を大学の第三の使命と位置づけ、産学官連携に積極的に取り組んでいる。

また、国立沖縄工業高等専門学校が平成16年に開学し、県立試験研究機関や県内企業との共同研究もスタートしている。

県立試験研究機関では、新品種の育成や新たな栽培・飼育技術を実用化し生産者に提供する役割を果たしている。また、健康食品やリサイクル等の研究開発に取り組み、その研究成果は企業の新商品開発へと活かされている。

しかしながら、これら大学や研究機関が取得している特許数は全国的には低位なレベルにあり、今後はこれらの研究成果を積極的に特許化し活用していくことが課題である。

また、民間の研究機関である(株)トロピカルテクノセンターは、産学官共同研究等による研究成果を特許化し、県内企業等による新商品の事業化へと繋げており、今後ともこのような機能を最大限に活用する必要がある。

### (4) 沖縄TLO

琉球大学を中心に、沖縄県内の高等教育機関等の参画により、それらが保有する技術や特許等を企業等へ移転する(株)沖縄TLOが平成18年3月に設置された。

大学は知的財産を創造する源であることから、「大学等の研究成果を翻訳し、産業界等に伝え、活用していく機能」、「大学や研究機関の有する知的財産を産業界へ技術移転する機能」や「産業界と大学との連携を支援する機能」等の充実強化が期待されている。



## 第2節 イノベーションの創出

沖縄振興計画の着実な実施により、県内の研究基盤や公募型研究開発資金が充実。また、OKINAWA型産業振興プロジェクトの推進により、産学官のネットワークが強化されている。

これにより、県内の産学官連携の機運は増大し、先進的な研究開発や先端的なバイオベンチャー企業の立地が進展している。

地域と研究開発との関わりも拡大しつつあり、県内におけるイノベーション創出を一層加速していくことが重要である。

### 1. イノベーション創出の基盤となる研究施設等の整備

工業技術センターや海洋深層水研究所の整備、農業研究センターが糸満市に移転整備される等、県立試験研究機関の施設が充実する一方、老朽化の著しい試験研究施設の整備が課題となっている。

(株)トロピカルテクノセンター(TTC)は研究開発機能とインキュベート機能を併せ持つ民間の研究機関として発展しており、今後もその機能を十分に活用する必要がある。

また、沖縄健康バイオテクノロジー研究開発センターが整備され、バイオベンチャー企業の研究開発拠点として活用されている。

さらに、遺伝子実験センターの充実など、琉球大学における先端的な研究施設の整備が進むとともに、国立沖縄工業高等専門学校の開学など、理工系の教育・研究基盤の充実が図られている。

平成18年度から沖縄科学技術大学院大学のキャンパス工事がスタートしており、大学院大学の開学に向け、「地域に根づき世界に開かれた研究開発・交流の拠点」を形成していくことが課題となっている。

### 2. イノベーションを育てる仕組み

#### (1) 研究資金

研究開発に対する民間の投資が少ない状況下にあって、国・県が実施する公募型研究事業は、本県における研究開発の振興と新産業の創出に大きな役割を果たしている。

平成13年度に創設した沖縄産学官共同研究推進事業は、県内の産学官共同研究の機運を急速に拡大した。平成19年度からは、同事業を発展させた沖縄イノベーション創出事業がスタートしている。

また、平成16年度に創設したバイオベンチャー企業研究開発支援事業は、先端技術を有するバイオベンチャーの立地を促進しており、これらの企業と県内企業との連携を促進し、新事業の創出へと繋げていく必要がある。

全国レベルで公募されている地域新生コンソーシアム共同研究推進事業では、毎年1~2件の県内の産学官研究開発プロジェクトが採択されている。

また地域結集型共同研究事業では、TTCを中核機関とし産学官連による研究を実施し、その成果は健康食品への活用の他、世界市場を目指した試薬の製造などに結実している。

## (2) 仕組み

総合事務局経済産業部が進めるOKINAWA型産業振興プロジェクトが進展。県内企業の広範な参画のもと、企業と大学・研究機関とのネットワークの強化が図られつつある。

産業界や地域が抱える課題を、大学の頭脳を活用し、協働により解決していく取り組みが必要である。その体制整備に向け、県と大学との包括的な研究協約の締結が検討されている。

また、イノベーションを事業化へと結実させるためには、研究成果の事業化を目指す中小企業に対し、民間資金や融資をタイミングよく投入する仕組みを充実させることが重要である。そのため、平成18年には、沖縄ベンチャーファンドが創設されている。

さらに、社内ベンチャーから出発し、スピンアウトしたベンチャー企業も見られており、民間企業におけるこのような取り組みの拡大が期待される。

## 3. イノベーションを支える研究人材

本県では、大学・公設試に研究人材が集中する傾向があるが、今後は裾野を広げ、企業等の研究人材の確保と充実を図らなければならない。そのため、企業と大学等が連携したインターンシップや産学官共同研究の促進をとおして、研究人材の確保・育成を図る必要がある。

また、研究成果を目利きできる人材、研究成果を事業化へと導く人材が必要であり、このような役割を果たすプログラムオフィサー（PO）やインキュベーションマネージャ（IM）が県産業振興公社等の機関に配置され、研究プロジェクト等の支援に当たっており、今後とも専門人材の確保と活用に必要な必要がある。

また事業化に際し、金融機関の融資を受けるためには、企業自らが、実現可能性の高いビジネスモデルを提案できる能力を備えることが必要である。そのため、ベンチャー企業等に対して、このような専門知識を習得する機会を増大を図る必要がある。

## 4. イノベーションと地域との関わり

県内における産学官連携の進展に伴い、研究開発と地域との関わりも拡大しつつある。

地域の特産品等を研究機関や企業等との連携により、商品化又は高付加価値化しようとする取り組みは、豊見城村のウージ染め、北部地域のシークァーサー、南大東のラム酒、宮古島のビデンスピローサ等で行われている。

今後は、このような動きを各地域に拡大していくとともに、観光産業等も含むより広範な連携を図ることで、波及効果を広げていく必要がある。

### 第3節 ブランド戦略への取り組み

観光客の増加や近年の沖縄ブームなどから、「青い海」、「健康長寿」、「癒しの島」等に代表されるイメージとしてのブランド力は全国でもトップクラスにあると評価されており、このような優位性を商品のブランド化に活かしていくことが大きな課題となっている。

県では産業振興や地域活性化を図るため、ブランド構築の施策を展開しており、ブランドに対する地域の関心も高まりつつある。

豊富で多様な地域資源の活用に向け、今後は地域を主体としたブランド構築を促進することが重要である。

#### 1. ブランド構築に関する県の取り組み

##### (1) 農林水産分野の「おきなわブランド」の取り組み

###### ア 現状

「おきなわブランド」は本県の農林水産施策の大きな柱として農林水産振興計画で位置づけられており、「健康長寿や観光・リゾート地にふさわしい、高品質かつ安全で安心な農林水産物」を安定的に供給することで「おきなわブランド」を確立するとしている。

本県では、これまで亜熱帯性気候の優位性を活かし、本土とは異なる様々な農林水産物の生産と供給を通じ、特色のある産地形成を進めてきた。

その結果、ゴーヤーやマンゴー、キクなど沖縄を代表する品目の生産増大が図られ、モズクやクルマエビは全国シェアの1位を占める等、特色のある拠点産地が形成されている。

さらに、琉球在来豚「アグー」や「シークワサー」、「海ぶどう」など、新たな「おきなわブランド」候補が次々と生まれている状況にある。

###### イ 課題

新品種の創出や安定生産に寄与する試験研究を重点的に実施し、成果の権利化によりブランド候補の保護に努めるとともに、流通・販売対策を積極的に展開し市場評価を高めていく必要がある。

また、食の安全に対する関心に応えるため、ポジティブリストの遵守やトレーサビリティの導入等の取り組みが求められている。

そのため、「消費者の視点に立ち、消費者から支持される農林水産物」を基本理念としたマーケティング戦略を構築し、高品質・安全・安心な県産農林水産物の安定供給をとおして、ブランド化を推進していくことが重要である。

その際、沖縄には観光客も含めると、地元には大きな市場があることから、観光産業や健康食品産業と連携した取り組みが必要である。

##### (2) 観光・商工分野におけるブランド構築への取り組み

###### ア 現状

本県への入城観光客数は年々増加しており、近年の沖縄ブームやメディアで頻繁に沖縄が取り上げられるなどの好環境は、観光・リゾートをリーディング産業とする沖縄経済に大きな追い風となっている。

沖縄を訪れる観光客の約70%をリピーターが占めていることは、

根強い沖縄ファンが存在することを示している。これらの人々がサポーターとなり、沖縄ブームと相乗してイメージとしての「沖縄ブランド」の醸成に大きく貢献している。

また、健康食品の伸展やかりゆしウェアの普及、さらに泡盛の県外出荷の増大など、沖縄の地域特性や優位性を活かした産業の活性化が進んでいる。これらの分野では、消費者の信頼に応えるものづくりを目指し、規格基準や品質向上対策がとりくまれている。

商品の市場拡大に関しては、県外市場と県内企業を結びつけるマーケティングやプロモーション活動が重要であり、特に大都市圏に設置されたパイロットショップが果たしている役割は大きい。

また、平成15～17年度に行われた「美ら島ブランド創出推進事業」により、170名余りのマーケティング人材を育成している。

## イ 課題

観光産業については、健康保養型観光、エコツーリズムや沖縄の文化を生かした観光等、付加価値の高い旅行商品の開発提供が課題となっており、これらの観光商品に関連した商品開発を促進する必要がある。

観光客に対して魅力ある特産品をアピールし、その購入を促進する努力が必要である。これらの人々は県外でも沖縄産品を定期的購入する「優良顧客」候補であることを忘れてはならない。

また、製造業においては、イメージとして定着しつつある「沖縄ブランド」を生かし、消費者の信頼に応える必要がある。そのため、引き続き規格基準や品質向上対策に取り組むとともに、模倣品対策の強化を図る必要がある。

さらに、プロモート活動に際しては、「沖縄のイメージ」を共通したストーリーをもって伝えるよう、関係機関が連携して取り組む必要がある。

## (3) 地域ブランドへの取り組み

### ア 現状

地域ブランドへの関心は高く、地域団体商標制度への出願件数30件は全国第4位であり、うち7件が登録査定されている。

県内のいくつかの地域では、一次から三次産業までの連携を軸に、地域資源を最大限に活用しようとする機運も高まっている。読谷村では、地域住民・生産者・行政等が一体となって「紅イモ」のブランド化に取り組んでおり、今帰仁村や八重山地域などでも積極的な取り組みが始まっている。

また、本県の離島は、豊かな自然、文化やゆったりとした生活空間を有するとともに、多彩な特産品や優れた工芸品を産出するなどの有力な資源を有しており、国民の健康保養や癒しの場を提供するなど、その役割は益々重要となっている。

このような本県の離島の現状を踏まえ、内閣府は、平成17年4月、有識者で構成する「美ら島ブランド委員会」を立ち上げ、同年10月には同委員会からの提言を受け、39の島々の個性的個別的ブランドストーリーと、ひとつの包括的・最大公約数的ブランドストーリーを確立するという方向性を示した。

また、平成18年2月には「美ら島ブランド検討会議を設置し、離

島全体の魅力を引き出すためのコンセプトとして、RIBBON（Ritho Brand Building Network:離島をつなぐ、結ぶ※沖縄離島のブランド化ネットワーク）が提唱され、離島地域全体のブランドネットワークの構築が目標に掲げられている。

具体的な取り組みとして、平成17年度から実施している人材の育成、専門家の派遣及び一島一物語事業による特産品の開発等を支援している。

## イ 課題

地域ブランドとは、単に特産品の商標取得を目的とするものではなく、特産品などのブランド化をとおして、地域全体のブランド化を図ろうとするものであり、地域が一体となった取り組みが必要不可欠である。

「美ら島ブランド委員会」の提言では、沖縄のブランドイメージがモノ（物産）そのものより、自然・文化を背景とした環境・健康の比重が高いことを重視すべきであり、これまでのような個々バラバラな取り組みではなく、総合的なブランド戦略が必要であるとしている。

また、これまで取り組まれてきた離島各地域の「一島一物語」を発展させていく取り組みが必要である。

## 2. 沖縄におけるブランド構築の課題

ブランドの構築は「提供者が顧客に対して約束をし、その約束を確実に実行する」ということを繰り返すことによって実現される。

本県の観光産業は、来訪者に対する約束を確実に実行してきたことによりブランドを構築し、成長軌道に乗っている。その最大のコンテンツは自然や歴史・文化であり、また、離島の魅力がもたらした面も大きいことも忘れてはならない。

一方、県内の農林水産業や製造業が生産する「産品」については、ブランド化できたものはまだ少なく、観光産業により形成されたイメージを活用しつつブランド化に取り組んでいく必要がある。

そのため、関係業界と行政がビジョンを共有し、共通のブランドコンセプトのもと、マーケティングやプロモーションに取り組むとともに、消費者の信頼に応える商品・サービスの提供に努める必要がある。

また、沖縄のブランドイメージが、自然や歴史、文化に根ざしている観点から考えた場合、沖縄の多様な地域資源を活用したブランド戦略を構築していくことも重要である。

その際、地域資源が豊富で多様な本県において、地域ブランド構築の主役となるのは、市町村又はこれらを包括した区域の自治体や団体であり、県は取り組みを促す施策を展開するのが効果的である。

そのため、県内各地で始まっている地域ブランド活動を促進し、「地域全体のブランド化」へと発展させ、特産品や新たなサービスが次々と生まれていくメカニズムの構築を目指す必要がある。

この取り組みは、一次から三次産業までの幅広い連携軸を中心に展開されていくことから、その支援に当たる県は、関係組織の密接な連携を図る必要がある。

## **第4章 基本的考え方**

### **第1節 基本目標と視点**

競争の時代の中で、沖縄の優位性を最大限発揮し、産業の競争力を強化していくためには、イノベーションの創出とブランドの構築が重要である。

また、この2つを駆動する原動力となる「知的創造サイクル」を拡充し、活用することにより、経済や地域の活性化が図られ、ひいては、民間主導の自立型経済構築への展望をひらくことになる。

そのため、「知的創造サイクルの拡充・活用によるイノベーションの創出とブランドの構築」を基本目標に、知的創造サイクルの拡充、イノベーションの創出、ブランドの構築を図る施策の戦略的な展開を図る。

また、基本目標の実現に向けた施策展開の視点として、以下の三つを設定する。

- イノベーション創出の強化による知的創造サイクルの拡充
- 知的創造サイクルの活用による科学技術・産業・地域の振興
- イノベーションの成果をブランドに育てる仕組みの強化

### **第2節 戦略の方向**

産業化できる知財が比較的少ないとされている本県においては、研究開発等を出発点とするイノベーションの創出を重点的に強化し、経済・社会の発展に寄与する知的財産を数多く輩出することで、知的創造サイクルを大きく回していかなければならない。

同時に、知的創造サイクルを活用し、本県の科学技術、産業、地域振興に繋げていくことが重要である。

さらに、知的創造活動により生み出される新たな商品やサービスを県内外の社会・市場へ届け、確固たる信頼を得ることにより、ブランドへと育てていく必要がある。

以上の視点を踏まえ、展開する施策の枠組みを以下の三つとし、戦略的な施策展開を図るものとする。

- 知的創造サイクルの拡充・活用による科学技術の振興
- 知的創造サイクルの拡充・活用による産業の振興
- 知的創造サイクルの拡充・活用による地域の振興

## 第5章 施策の推進方向

### 第1節 知的創造サイクルの拡充・活用による科学技術の振興

公設試験研究機関における産学官連携の充実を図り、ニーズを踏まえた研究開発を推進するとともに、研究成果の特許化により、知的創造サイクルを拡充・活用する。

#### 1. ニーズを踏まえた研究開発の推進

以下の取り組みにより、産業界、地域、行政等のニーズを踏まえた研究開発を推進する。

##### (1) 研究ニーズを広範に把握する仕組みの充実

産業化できる知的財産を多数輩出するためには、産業界や地域のニーズを的確に踏まえることが重要である。そのため、試験研究機関からの情報発信と産業界・地域からの研究ニーズを受信する機会の増大や、普及組織との密接な連携に努めるとともに、産業系6試験研究機関が行っている「試験研究要望課題調査」の充実等、積極的なニーズの掘り起こしを図る。また、試験研究機関の相互連携により、多様なニーズに対応できる研究体制の充実に努める。

##### (2) 企業や地域と連携した共同研究の推進

研究開発意欲の旺盛な企業や市町村等と連携した共同研究を推進するとともに、その成果の特許化に当たっては、関係者との共同取得も視野に入れた取り組みを行う。

##### (3) 戦略的な研究開発の推進

政策的な課題の実現や、各産業分野のビジョン実現に貢献する研究開発プロジェクトを試験研究機関と行政との横断的連携により創設するなど、戦略的な研究開発を推進する。

#### 2. 研究成果の戦略的活用

優れた研究成果を知的財産として保護し、活用することが重要である。そのため、以下の取り組みにより研究成果の戦略的な活用を図る。

##### (1) 研究員に対する特許相談の充実

研究員が知的財産の重要性を理解し、研究成果を職務発明として積極的に提案していくことを促進するため、知的財産権の基礎知識を理解する講習会の開催や、弁理士による特許相談の充実を図る。

##### (2) 戦略的な特許取得の推進

県立試験研究機関で行われている様々な試験研究の殆どは、県内企業や生産者の利益向上を目標としていることから、特許取得に際しては、その活用方法まで視野に入れ、出願・非出願を検討する。

また、本県には、島野菜などに代表される特色のある農林水産物に加え、県内に賦存する亜熱帯生物資源からは様々な機能性物質が次々

と発見されている。そのため、育成した種苗の登録や発見した機能性物質等の製造・活用方法等に関する特許取得を戦略的に進める。

### (3) 研究成果の積極的な発信

研究成果の活用を図るため、成果情報の発刊、各試験研究機関のホームページの充実、研究成果のデータベース化などに取り組む。また、試験研究機関が独自に行っている成果発表会の充実を図るとともに、イノベーション沖縄や産業まつり等、各種イベントを活用した成果発信を積極的に行う。

## 3. 産学官連携の充実

事業化に向けた研究開発に関する産学官連携は着実に進展している。今後とも、この動きを加速させるため、以下の取り組みにより、産学官連携の充実を図る。

### (1) 県と大学との連携強化

大学の「知」を本県の振興発展に活用していくことが重要である。そのため、県と大学との連携の拡充強化を目指した包括的な枠組みの構築に努める。

### (2) (株)沖縄TLOとの連携強化

大学の研究成果は、研究論文のままでは産業界で理解することは難しく、産業化という視点からその価値を翻訳し、産業界や地域に広く発信していくことが重要である。

また、大学が、産業界や地域が実現したいと考えている課題やビジョンを理解し共有することも重要である。

このようなコミュニケーションを形成することにより、産学官連携の裾野が広がり、課題実現に向け、産学官が共に考え、共に挑戦する機運を高めていくことが可能となる。

そのため、その橋渡しを担う(株)沖縄TLOの活用を図ることにより、産業界・県・地域と大学との連携を強化する。

### (3) 産学官における技術経営人材の育成

事業化可能な研究成果を創出するためには、ニーズの所在を的確に把握することとあわせて、開発する商品やサービスに関するマーケティング等、研究の入口と出口を広い視野から見通せる知識・思考を備えることが重要であり、このような素養を備えた人材を産学官の各層で育成する必要がある。

そのため、技術経営(MOT)に関する研修会を開催することにより、大学、研究機関、支援機関、企業等の人材育成を図る。

また、産学官連携システムの牽引役となる職員を育成する。



## 第2節 知的創造サイクルの拡充・活用による産業の振興

イノベーション創出を加速化し、新事業・新産業の創出を図るとともに、既存の商品・サービスや新たに生み出された商品等をブランドへと育てる。また、知的財産の適切な活用・保護に努め、本県産業の競争力の向上を図る。

### 1. イノベーション創出の加速化

以下のとりくみにより、イノベーション創出を加速化し、事業化できる知的財産を持続的に輩出することで、知的創造サイクルの拡充と新事業・新産業の創出を図る。

#### (1) 産学官共同研究によるイノベーション創出

イノベーション創出には、技術革新の成果をいかに迅速に社会に届けるかが重要であるとされており、産業界のニーズと大学等の研究シーズをマッチングし、実用化研究へと発展させる産学官共同研究は、イノベーションの基盤である。

そのため、県内企業と県内外の研究者等とのマッチングの充実を図るとともに、研究開発の発展段階に対応した公募型研究事業の活用を図る。

#### (2) ベンチャーの育成と新事業の創出

イノベーションの出発点には常に、高い目標を持ったチャレンジ精神が旺盛な人が存在する。チャレンジ精神が旺盛な企業を育てることは、本県のイノベーション創出に極めて重要であることから、知的財産を創造し活用するベンチャー企業の育成に努める。

また、企業自らが実施する新商品開発を支援する。

#### (3) 事業化支援の充実

研究開発により顕在化したイノベーションの芽を育て、市場へ届け結実させるため、ベンチャーファンドや融資制度の活用を図る。

また、マーケティングの支援や、魅力のあるビジネスモデルを企業自らが提案できるよう、プログラムオフィサー等による事業化支援の充実に努める。

### 2. ブランド化の促進

沖縄に関して定着しつつあるイメージを商品やサービスに繋げブランドへと育てていくため、以下に取り組む。

#### (1) 産業界と行政とのビジョンの共有

ブランド構築に当たっては、それぞれの産業分野の将来ビジョンを明らかにし、関連業界と行政が共有することが重要である。

例えば、農林水産分野においては、「おきなわブランドの確立」を目標に掲げ、生産者団体と連携しその実現を目指している。

「かりゆしウエア」というブランドは、観光業や縫製業等、複数の業界と行政が一体となった取り組みにより形成されてきた。

また、泡盛業界では、「琉球泡盛」の地域団体商標を取得し、グ

ループブランドの確立に向けた取り組みが始まっている。

ビジョンの明確化はその業界を構成する関係者の姿勢、モラル等の共有を可能にするとともに、それを支援する行政施策や研究施策の重点化を可能にする等、戦略構築の基本となる。そのため、各産業分野におけるビジョンの形成とその共有を促進する。

## (2) 多様なチャネルによるブランド情報の送受信

ブランドは、商品やサービスの提供を受ける消費者が決めるものである。そのため、関連する「情報」や「物語」の発信と併せて、消費者の意見を受信する「コミュニケーション」の重要度が増しており、インターネットサイトやコールセンター等が消費者とのコミュニケーションの新しいチャネルとなっている。

そのため、ブランド情報を多様なチャネルを通じて送受信する取り組みを促進する。

## (3) 信頼に応える商品・サービスの提供

ブランドは、消費者の信頼の上に成り立っている。消費者の信頼を重ねることで、商品やサービスはブランドとして認められていく。

そのため、食の安全に対する対策や、品質表示の徹底、業界自主基準の策定、県産品推奨制度等の取り組みをとおして、消費者の信頼に応える商品やサービスの提供に努める。

## 3. 知的財産の保護・活用

知的財産の保護・活用を図る以下の取り組みを行うことにより、産業界の技術レベルの向上を図るとともに、提供する商品・サービスの信頼の確保を図る。

### (1) 技術移転の促進

研究機関等で創造される新たな技術は、生産活動に携わる関係者の創意工夫が加わることにより磨かれ・成熟していくことが多い。

また、「開放特許」の利用は技術開発に要するコストと時間を短縮することから、積極的な活用を図る必要がある。

そのため、農林水産分野における試験研究と普及との一層の連携を図るとともに、工業技術センターが実施している技術支援事業の充実と併せて、知的所有権センター事業との連携を図る。

また、(株)沖縄TLOを活用し大学の研究成果の技術移転を図る。

### (2) 知的財産の権利化の促進

特許等の取得による知的創造物の保護と併せて、企業活動のサービスマークとなる営業標識の保護が重要である。近年、県内企業の商標に対する意識も高まっており、特に海外展開を図ろうとする企業においては、相手国での商標登録が不可欠である。

そのため、企業等に対する啓発活動を行うことにより、営業標識の権利化を促進する。

### (3) 模倣品対策の強化

模倣品が市場に出回るとは、商品全体のブランド力を著しく損ねることから、その実態把握に努め、関係者に対する意識啓発や海外模倣品に対抗する支援制度の活用を図る。

### 第3節 知的創造サイクルの拡充・活用による地域の振興

地域の中核人材を育成するとともに、地域を支えるネットワークを形成することにより、地域発イノベーションの活性化と、地域資源を最大限に活用した地域ブランドの構築を促進し、知的創造サイクルの拡充・活用による地域振興を図る。

#### 1. 地域発イノベーションの促進

地域資源を最大限に活用した地域発イノベーションを促進するため、以下の取り組みを行う

##### (1) 地域資源の掘り起こし

本県は、有形・無形の地域資源に恵まれており、地域が主体となり、その価値を高め、地域活性化へと繋げていこうとする機運が高まりつつある。

この動きを加速させる取り組みとして、沖縄総合事務局経済産業部では、各地域の様々な地域資源のリストアップと活用方向を提示しており、この調査結果も活用しつつ地域が主体となった地域資源の掘り起こしを促進する。

##### (2) 地域主導の産学官共同研究の促進

地域資源を高度に活用していくためには、研究開発が重要であり、大学や試験研究機関等とのパートナーシップにより、特産品の商品化等に取り組んでいる地域もある。

このような動きを拡大していくため、地域の研究ニーズを明確化し、大学や試験研究機関とのマッチングを図る機能を充実させるとともに、公募型研究事業の活用により、地域主導の産学官共同研究を支援する。

##### (3) 中小企業地域資源活用プログラムの活用

国において新たに制度化された中小企業地域資源活用プログラムを活用し、地域資源の開発・事業化を目指す中小企業を支援する。

#### 2. 地域ブランドの創出

下記の取り組みにより、特色のある地域産品のブランド化をとおして、地域そのもののブランド化を図る。

##### (1) 地域全体でのブランドコンセプトの共有

地域ブランドとは、単に特産品の商標取得を目的とするものではなく、地域発の商品・サービスのブランド化と、地域イメージのブランド化を結びつけることで、地域全体のブランド化を図ろうとする取り組みである。

地域ブランドは、地域外の消費者に対して地域固有のブランド的価値を提供するとともに、地域内の関係者に対しては、ブランドを基軸とした求心力により、地域づくりや地域産業の活性化を促すものであり、市町村・生産者団体・企業・地域住民が一体となって取り組む必要がある。

そのため、地域が主体となり、地域全体のブランドコンセプトを形成し共有する取り組みを促進する。

#### (2) ブランド情報の送受信と信頼の確保

地域ブランドとは「地域に対する消費者からの評価である」という視点を踏まえ、多様なチャネルを活用した消費者とのコミュニケーションの拡大と、信頼される商品・サービスの提供を図る取り組みを促進する。

#### (3) 地域団体商標制度の活用

地域団体商標制度を活用し、ブランド化の発展途上にある特産品等を保護するとともに、商標登録された商品・サービスの販路拡大を図ることにより、地域のブランド化を促進する。

### 3. 人材育成とネットワークの構築

以下の取り組みにより、地域の中核人材を育て、地域ビジョンの実現を支援するネットワークの構築を図る。

#### (1) 人材の育成と地域内ネットワークの充実

地域の活性化は、そこに住む熱意のある人々や創意工夫に溢れる人々の活動により引き起こされることが多い。地域発イノベーションも地域ブランドの創出も地域の意欲的な人材なくしては起こりえない。

そのため、地域においては、意欲的な人材の育成に努めるとともに、地域ブランドの構築に向けた地域内のネットワークを充実させる必要がある。

また、県下ではこれまで、美ら島ブランド塾や美ら島ブランド事業等により、地域人材の育成が図られてきたが、今後とも、新たな視点からの地域興し・島興しを展開する人材の育成に努める。

#### (2) 地域を支援するネットワークの構築

地域発イノベーションや地域ブランドを実現していくに当たり、地域外の人材や組織を活用することは、地域にとって有効である。

また、意欲的な地域に対して、ブランドの構築、マーケティングやプロモーション等に関する専門的な知識の提供と併せて、地域の熱意を支え伸ばしていくことが重要である。

これまでも、県が実施する事業等において、各分野の専門家派遣が行われているが、今後もこのような支援ネットワークの充実に努めるとともに、地域資源を活用した特産品等の研究開発を支援するため、大学や試験研究機関との連携を促進する。

## **第6章 推進体制**

### **第1節 庁内推進会議の設置**

知的創造サイクルの拡充と活用が本県におけるイノベーション創出とブランド構築の原動力であるとの認識に立ち、県の産業振興施策、科学技術振興施策、地域振興施策が有機的・横断的に連携した推進体制を構築するため、関係部で構成する庁内推進会議を設置し、戦略のフォローアップと各部で実施する施策の横断的な連携に努める。

### **第2節 関連する協議会等との連携**

本戦略を推進するに当たり、知的創造サイクルの構築、産学官連携の推進に関する下記の協議会との連携を図る。

- 沖縄地域知的財産戦略本部
- 沖縄産学官連携推進協議会