

知的財産及びブランディングに関する意識調査

結果報告書（概要版）

1 調査趣旨

県内アグリ関連企業等におけるデザイン等の知的財産や各種製品、青森県ブランド等に関する事業展開の状況や意識を把握して、青森県におけるブランディング活動を効果的に行うための参考とするために調査を実施しました。

2 調査方法

(1) 調査対象

青森県内企業及び団体 2,000社

(2) 調査方法

郵送、Web回答方式

(3) 調査期間

令和7年9月5日（金）～9月19日（金）

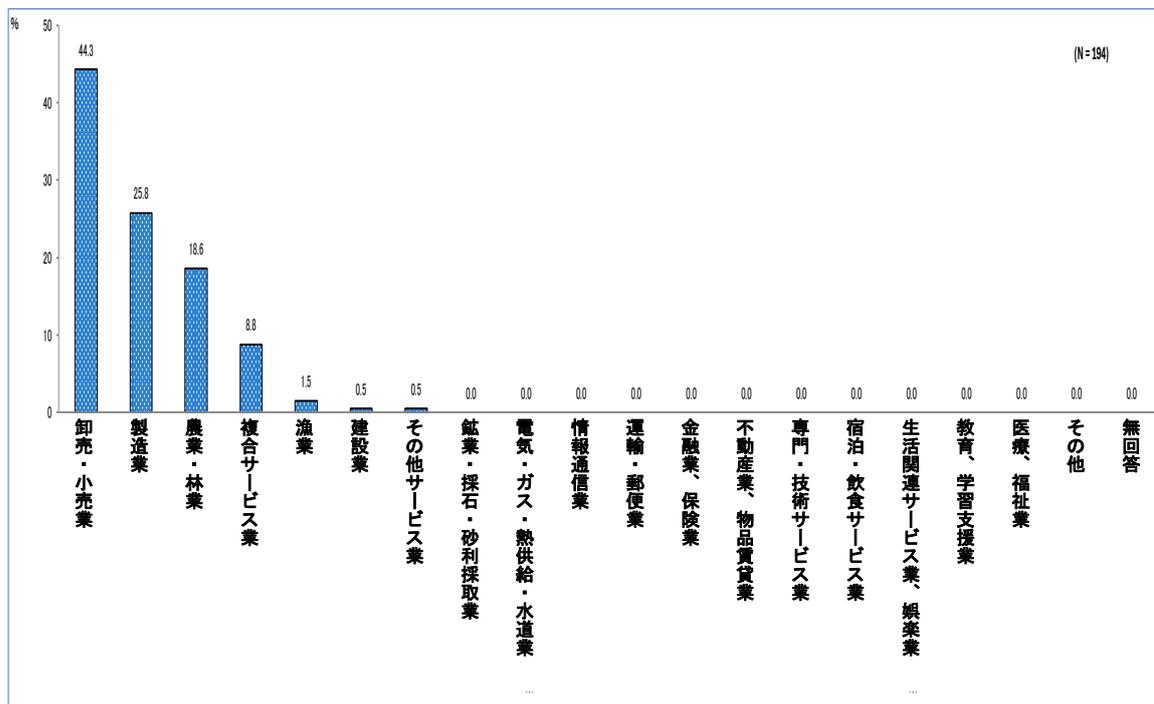
(4) 回答状況

有効回答数194 有効回答率9.7%

3 調査結果の主なポイント

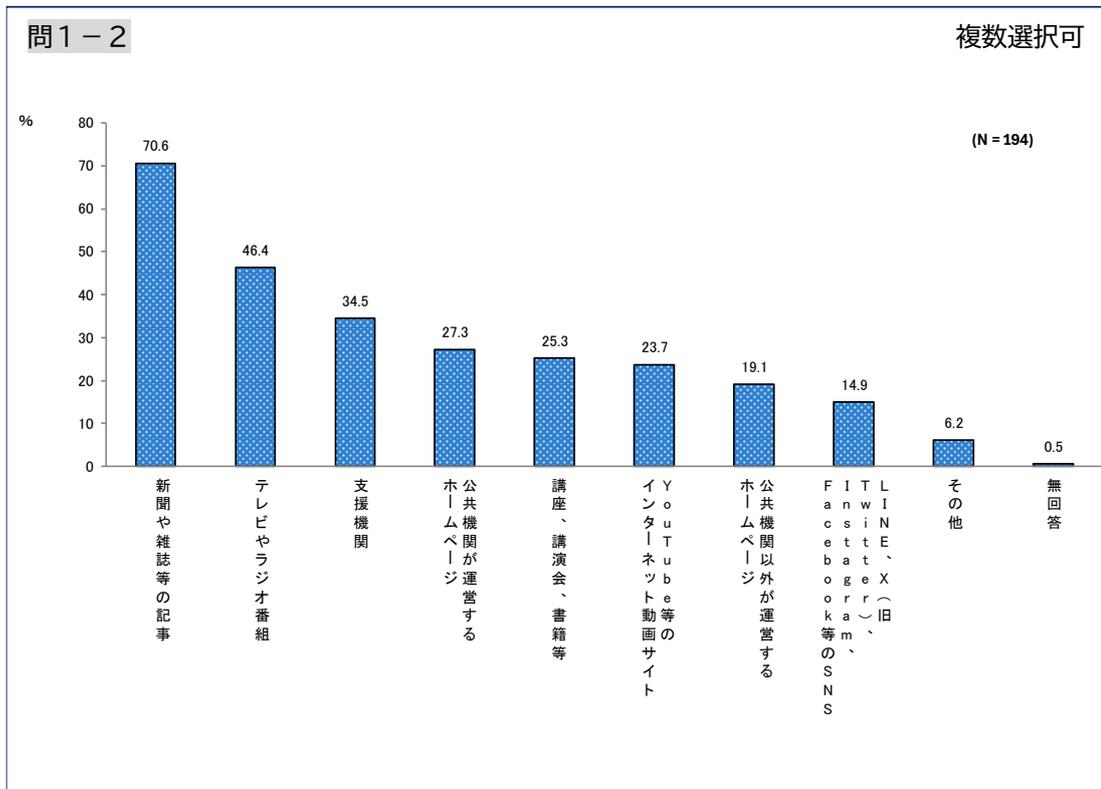
(1) 回答事業者の業種

- ・「卸売・小売業」が44.3%と最も高く、次いで、「製造業」（25.8%）、「農業・林業」（18.6%）となっています。



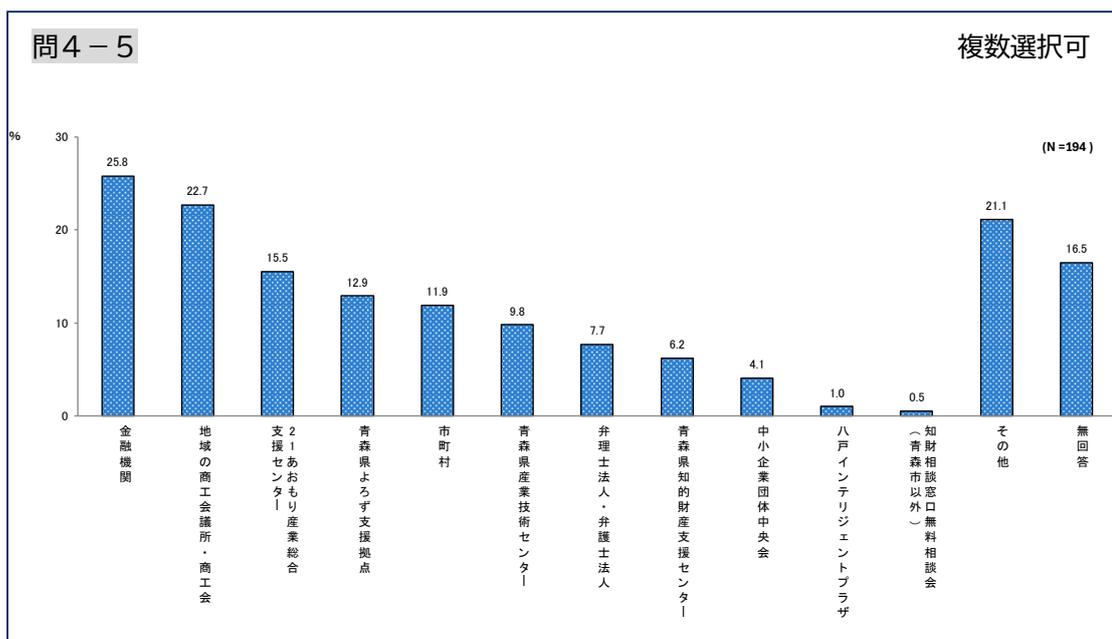
(2) 経営に関する情報の入手方法

- ・「新聞や雑誌等の記事」が 70.6%と最も高く、次いで、「テレビやラジオ番組」(46.4%)、「支援機関」(34.5%)の順となっています。



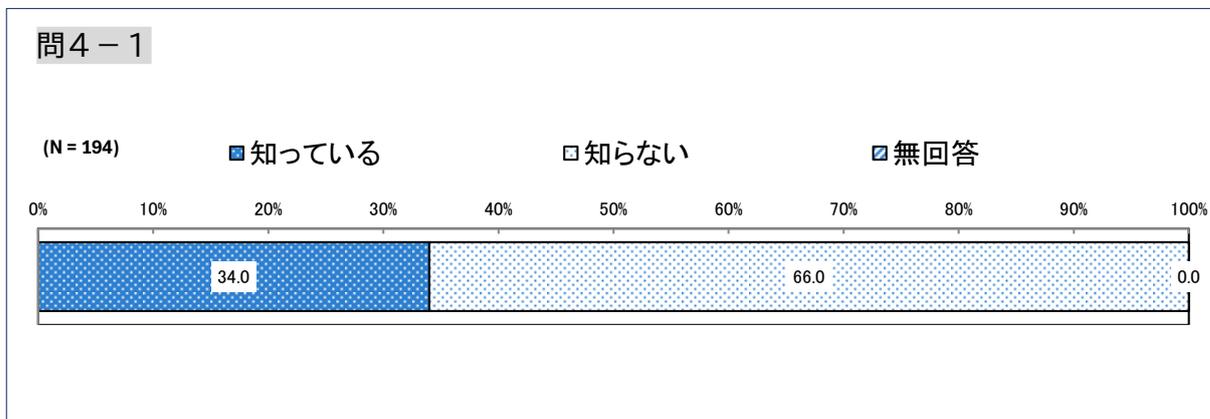
(3) 技術課題、商品開発及び経営課題に関する相談機関

- ・「金融機関」(25.8%)が最も高く、次いで「地域の商工会議所・商工会」(22.7%)、「21あおもり産業総合支援センター」(15.5%)の順となっています。



(4) 青森県知的財産支援センターの認知度

- ・「知っている」が34.0%、「知らない」が66.0%となっています。
- ・知的財産の『保有あり』事業者では「知っている」が60.9%でした。
- ・ブランディングへの関心、取組状況別にみると、『既に取り組んでいる』事業者では「知っている」が65.5%でした。



	調査数	知っている	知らない	無回答
全体	194	66	128	-
	100.0	34.0	66.0	-

知的財産の保有状況

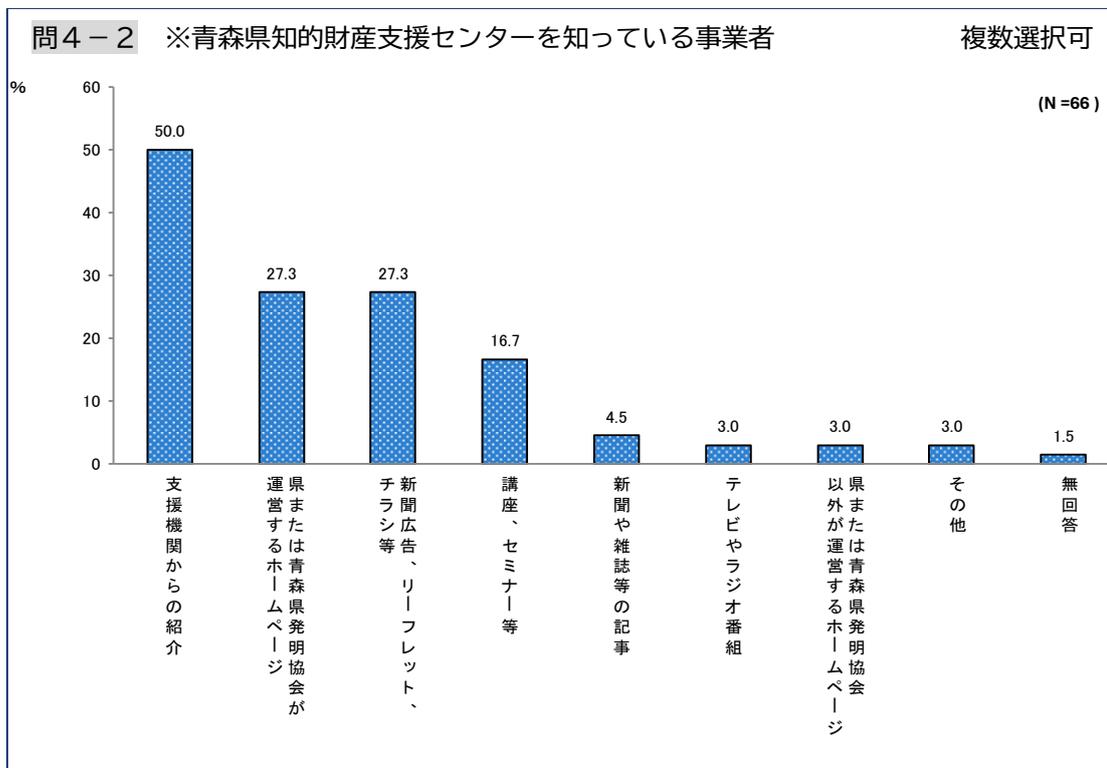
	調査数	知っている	知らない	無回答
保有あり	46	28	18	-
	100.0	60.9	39.1	-
保有なし×必要性を認識している	79	27	52	-
	100.0	34.2	65.8	-
保有なし×必要性を認識していない	65	10	55	-
	100.0	15.4	84.6	-

ブランディングへの関心、取組状況

	調査数	知っている	知らない	無回答
既に取り組んでいる	29	19	10	-
	100.0	65.5	34.5	-
一部または準備段階で取り組んでいる	28	14	14	-
	100.0	50.0	50.0	-
関心はあるがまだ取り組んでいない	60	19	41	-
	100.0	31.7	68.3	-
関心がなく取り組んでいない	76	14	62	-
	100.0	18.4	81.6	-

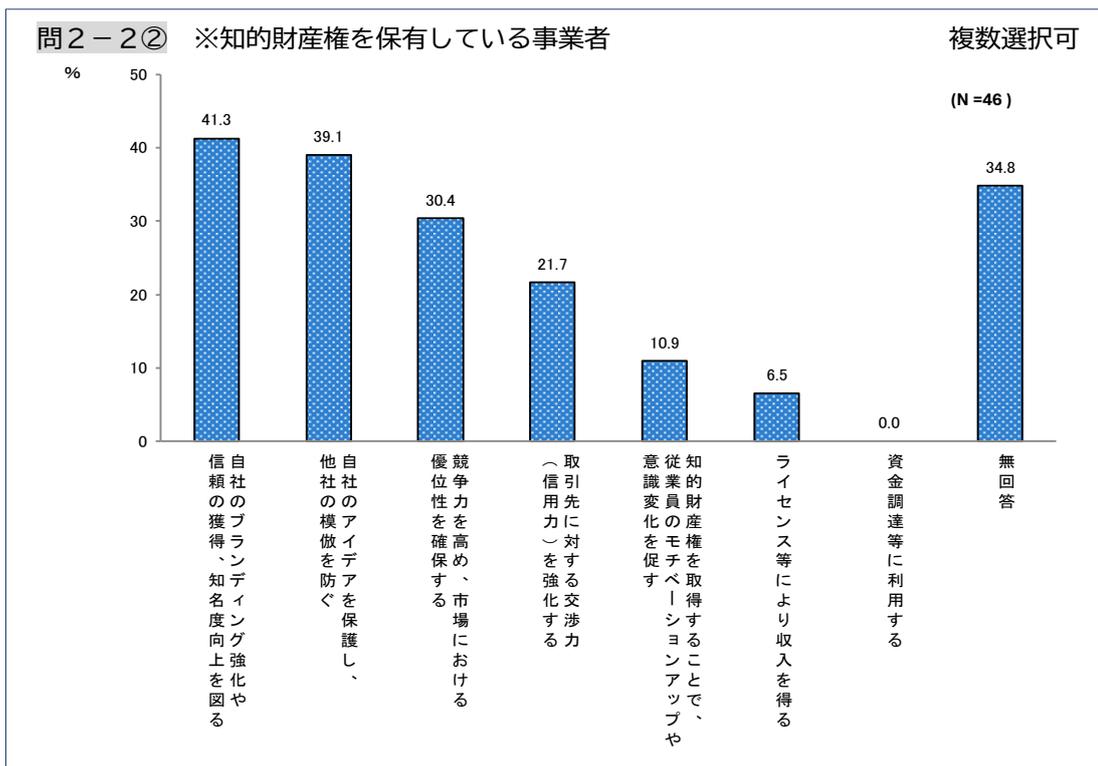
(5) 青森県知的財産支援センターを知ったきっかけ

- ・「支援機関からの紹介」が50.0%と最も高く、次いで、「県または青森県発明協会が運営するホームページ」及び「新聞広告、リーフレット、チラシ等」（ともに27.3%）、「講座、セミナー等」（16.7%）の順となっています。

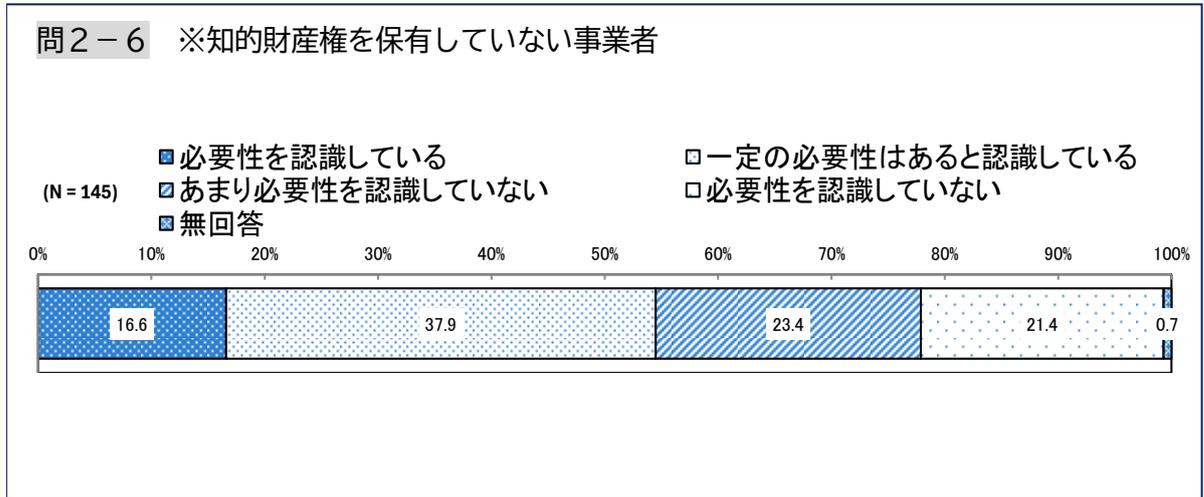


(6) 知的財産権取得により実感した効果

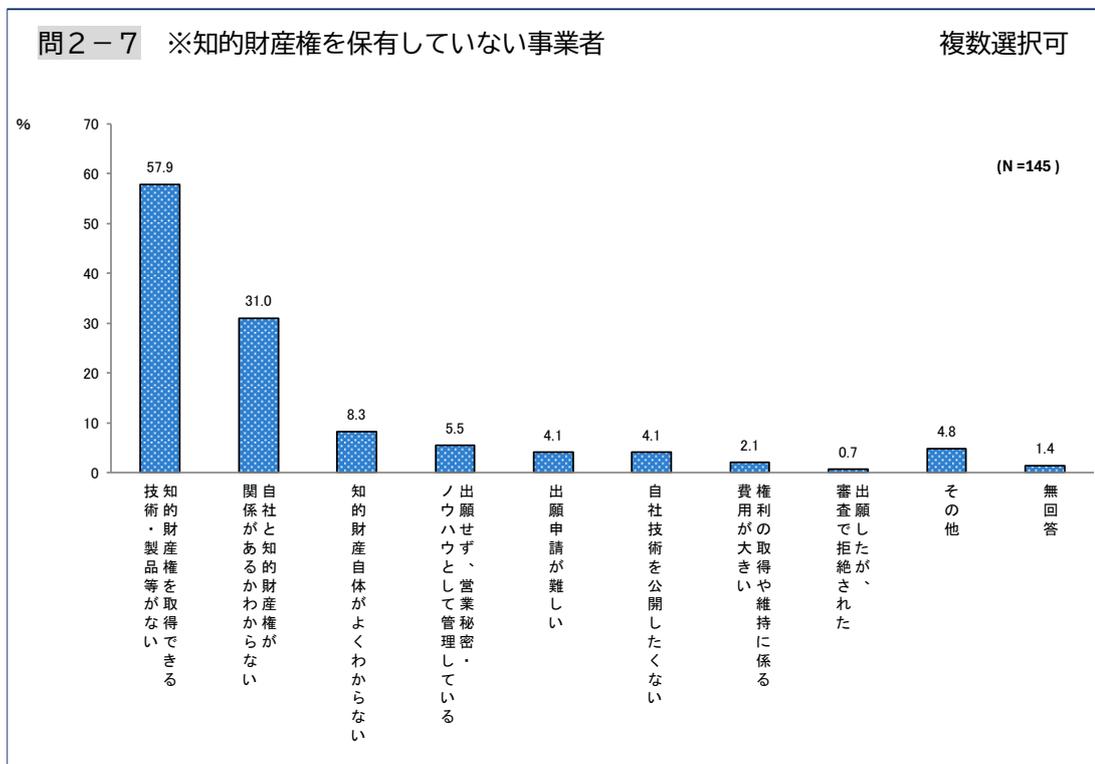
- ・「自社のブランディング強化や信頼の獲得、知名度向上を図る」が41.3%と最も高く、次いで、「自社のアイデアを保護し、他社の模倣を防ぐ」(39.1%)、「競争力を高め、市場における優位性を確保する」(30.4%)の順となっています。



- (7) 知的財産権の知識を持つことや、知的財産権の必要性についての認識
- ・「一定の必要性はあると認識している」が 37.9%と最も高く、次いで、「あまり必要性を認識していない」(23.4%)、「必要性を認識していない」(21.4%)の順となっていますが、「必要性を認識している」「一定の必要性はあると認識している」を合計すると 54.5%となります。

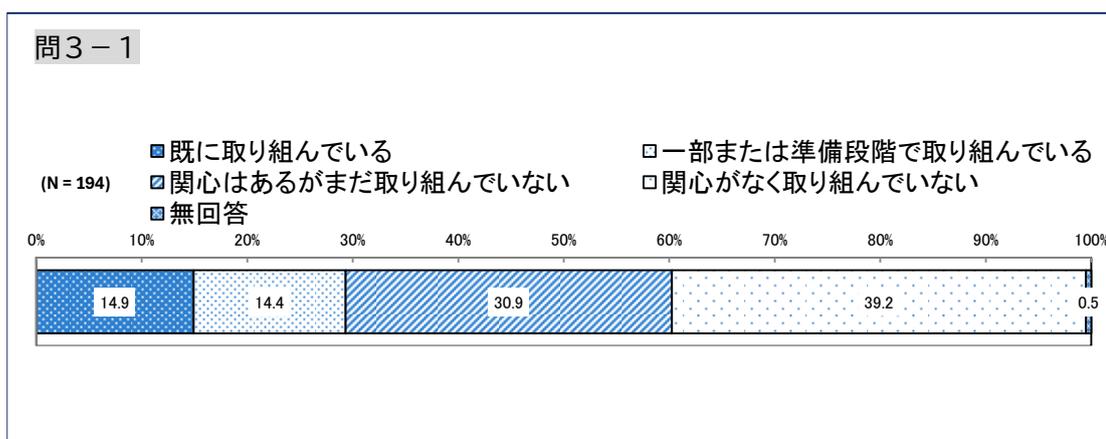


- (8) 知的財産権を保有していない理由
- ・「知的財産権を取得できる技術・製品等がない」が 57.9%と突出しています。以下、「自社と知的財産権があるかわからない」(31.0%)、「知的財産自体がよくわからない」(8.3%)の順となっています。



(9) 自社自体や取扱商品・サービスのブランディングに取り組んでいるか

- ・「関心がなく取り組んでいない」が39.2%と最も高く、次いで、「関心はあるがまだ取り組んでいない」(30.9%)、「既に取り組んでいる」(14.9%)の順となっています。
- ・知的財産の保有状況別にみると、保有している事業者では「既に取り組んでいる」が34.8%となっており、保有していないが必要性を認識している事業者や保有しておらず必要性を認識していない事業者に比べて高い傾向がみられました。また、知的財産を保有しておらず必要性を認識していない事業者は、「関心がなく取り組んでいない」が70.8%でした。



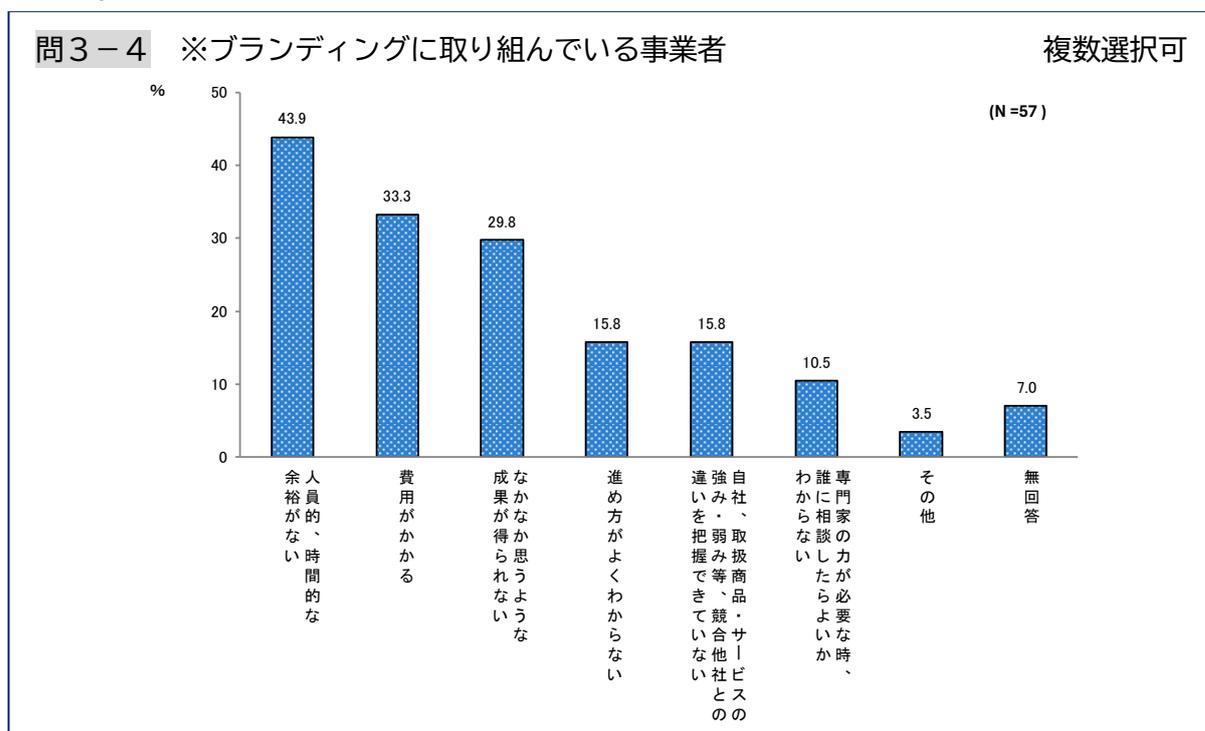
	調査数	既に取り組んでいる	一部または準備段階で取り組んでいる	関心はあるがまだ取り組んでいない	関心がなく取り組んでいない	無回答
全体	194	29	28	60	76	1
	100.0	14.9	14.4	30.9	39.2	0.5

知的財産の保有状況

保有状況	調査数	既に取り組んでいる	一部または準備段階で取り組んでいる	関心はあるがまだ取り組んでいない	関心がなく取り組んでいない	無回答
保有あり	46	16	13	11	6	-
	100.0	34.8	28.3	23.9	13.0	-
保有なし×必要性を認識している	79	9	11	37	22	-
	100.0	11.4	13.9	46.8	27.8	-
保有なし×必要性を認識していない	65	3	4	11	46	1
	100.0	4.6	6.2	16.9	70.8	1.5

(10) ブランディングに取り組む際の課題

- ・「人力的、時間的な余裕がない」が43.9%と最も高く、次いで「費用がかかる」(33.3%)、「なかなか思うような成果が得られない」(29.8%)の順となっています。



4 総括

今回の調査の結果、知的財産権を保有していない事業者のうち、約6割が「自社に知的財産権を取得できる技術・製品等がない」、約3割が「自社と知的財産権が関係があるかわからない」と捉えていることがわかりました。(P5.(8))

また、知的財産権を保有している事業者ほど、自社や商品・サービスのブランディングに取り組んでいるという傾向がありました。(P6.(9))

技術課題、商品開発及び経営課題について相談している支援機関は、金融機関が最も高く、次いで地域の商工会議所・商工会、21あおもり産業総合支援センターという結果でした。(P2.(3))

このため、事業者が知的財産を自社のビジネスに関係のあるものと認識し、知的財産の活用やブランディングの取組が進むよう、金融機関や商工会議所・商工会等支援機関の知的財産への一層の理解促進を図るとともに、これらの機関と連携した普及啓発に継続して取り組んでいく必要があります。