

## ■平成 24 年度 第 6 回「近畿知財塾」

### 次第

1. コーディネータによる開会あいさつ、話題提供（宇佐見先生）
2. ゲスト講義「企業事例研究－2」
  - [卒塾生発表] 大阪シーリング印刷株式会社 特許担当・弁理士 嶋田太郎氏
  - [塾生発表 1]
  - [塾生発表 2]
3. グループディスカッション「企業事例研究についての質問、感想、参考になった点」
4. その他連絡事項など（レポートの説明など）

### 当日の様子



宇佐見弘文先生



嶋田太郎氏

## コーディネータによる話題提供

### 宇佐見弘文教授 大阪工業大学大学院知的財産研究科

今日は、「企業発展のための知的財産戦略」について、私なりの意見を紹介する。

#### 「知的財産戦略」と「企業の発展」の関係性

「知的財産戦略」と「企業の発展」を結びつけるには、それらの間に「知的財產業務」と「企業活動」が必要となってくる。「知的財產業務」を実践することで「企業活動」が活発になり、その結果、「企業の発展」へとつながる、という筋道がある。

「知的財産戦略」を「企業の発展」に結びつけるには、「企業活動」を支援する「知的財產業務」をいかに効率的に行うかが重要であり、これを考えることが「知的財産戦略」であると言える。

#### 「企業活動」の支援における「知的財產業務」の関わり

「企業活動」の支援において、「知的財產業務」はどのように関わってくるのか。

まず、「企業活動」の「新製品（課題）の割出」の際に関わってくる。

次に、研究（課題の解決）段階でも、解決策の提案などで支援する。

そして、製品化の開発においては、開発された新製品が他社権利の侵害問題を起こすことなく安心して発売できる様に保障する。

その後、新製品の市場独占、市場拡大を支援し、独占的に売れて市場が広がる新製品の魅力はその魅力を求める他社との業務提携を推進して、企業活動の範囲を拡大させ、利益創出へとつなげていくことを支援する。

このように、知的財產業務は、企業活動の一部ではなく、全体をサポートしていると考えられる。それを効率的に行うためには知的財産戦略が必要である。

## 「知的財産業務」の具体的な内容

このように企業活動を支援する知的財産業務としては、具体的にはどのようなものがあるか。まず、どのような製品が社内外で現在開発されているのか。他社の動向はどうか。よい新製品が生まれる可能性はあるか。そういった色々な課題の中から最適な「課題提案」が、まずは挙げられる。

また、課題の解決について、技術者の参考になる様な幾つかの解決策を提案する「解決支援」が挙げられる。

次に、他社の権利を侵害しないで新製品を発売することが可能であることを開発段階で保障する「開発保障」がある。

そして、模倣品が出てくるのを抑えるための「製品保護」がある。そして、権利侵害する模倣品や類似品の他社の販売活動を阻止する「権利活用」がある。

さらに、新製品の企業活動を拡大する他社との提携を有利にする「契約支援」がある他、権利の実施許諾による実施料収入により利益額を大きくする等により、企業活動を支援する。

これらが知的財産業務だと考えられる。

## 「知的財産戦略」の検討要素

知的財産業務は企業活動の全体にかかわる業務であり、知的財産業務の担当者が中心になるが、知的財産業務の担当者だけで全て対応できる訳ではない。知的財産業務を効率化する知的財産戦略を策定できても、知的財産業務を実際に遂行できる人がいなければ話にならない。また、知的財産業務を行う担当部署や担当者数の最適化を検討するもの知的財産戦略である。

さらに、知的財産業務を効率的に行うには知的財産についての社内教育という問題も出てくる。知的財産業務を行うには知的財産の知識や能力が必要であるが、どこでどのように教育していくか、社外の弁理士さんなどを活用するののかも知的財産戦略の問題である。

このように知的財産業務の効率化を考えていくのが知的財産戦略であり、知的財産戦略のもと、知的財産業務を効率的に実施していく。これが皆さんの今後の課題になるのではないかと考えている。

## ゲスト講義

### 【卒業生発表】

大阪シーリング印刷株式会社 特許担当・弁理士 嶋田太郎氏

### 包袋とは

包袋とは、発明に関する書類を一括管理する袋、ファイルである。特許庁や弁理士事務所は、案件を全て包袋で管理している。

今日のお話において、企業でも包袋管理をすべきだというのが、私が提案したい点の1つである。

### 包袋管理の具体的な方法

包袋として、当社では袋（封筒）を使用しており、出し入れがしやすい、書類の順序の変更が容易、書類の追加および破棄が容易といった利点がある。

一方、包袋内で書類がバラバラになりやすいという欠点があるが、私の場合、ガチャ玉を使うなどの工夫を凝らして、袋での管理を実践している。

また、袋の表面には、発明者の名前、管理番号、出願番号、特許番号など基本的な情報に加えて、これまでの経過に関する情報を全て記載することで、情報を可視化するようにしている。

そして、これらの情報は、出願や審査など、段階ごとに変化するため、袋に貼り付けるのではなく、用紙交換を可能とするよう、袋にポケットとしてクリアファイルを貼り付けている。

### **包袋に入れるもの**

皆さんは、包袋管理するものとして、弁理士事務所から来たものを全部綴じていないだろうか。

私は、包袋に入れるものを厳選するようにしている。まず、サンプルや現物がまず重要だと私は考える。そして、発明に関する内容のメモなども重要である。

一般的なものでは、出願書類、受領書、拒絶理由通知があげられるが、電子図書館でダウンロードできるので、サンプル等や発明に関する内容のメモの方がより重要である。

なぜならば、拒絶理由通知が来たとき、製品を守るにはどこまで妥協できるのかを考える際には、発明の内容やメモ、発明者は何を発明したのかが重要になるし、それらが参考になるからである。

一方、調査はしたが使わなかった先行文献、事務所からの連絡書類は、不要なものとは私は考える。例えば、送付状をそのままとっておき、分厚くて見にくいファイルになっていないか、見直してほしい。「何のために置いているのか」という意識がないと、包袋は機能しづらくなるように私は思う。

### **電子包袋について**

最近、電子包袋を活用する企業が増えているとよく聞く。管理量が増えれば有効だと思うが、少量の場合、電子包袋よりも実物包袋のほうが扱いやすく、ナンバリングしていればサッと出せるので管理がしやすくなる。当社の場合、常時 300 件程度を生きた状態で保有しているが、その程度であれば書棚一つで収まっているので実物包袋のみで問題ないと私は思う。

### **データベースについて（特許管理ソフト）**

データベースを使って管理していると思うが、期限管理を社内で行うためには特許管理ソフトは必要だと思っている。しかし、一般に高価なので、期限管理だけなら安価なので必要な機能を厳選すること、また、ちゃんと使いこなすことが重要だと私は思う。

### **出願かノウハウかの判断**

出願かノウハウかをどう判断するか。

個人的には、販売する商品は隠しきれないので出願し、単純方法の発明はノウハウにしている。

また、製造機械がついてくる製造方法は、出願するかどうか悩むところであるが、私は、方法実現に多額の設備投資が必要なものは出願するように考えている。なぜなら、明らかに特許に抵触しているのに何億円も出して製造機械を入れることは考えづらいからである。一方、現場の改善で模倣されるような製造方法は、出願せずにノウハウとする。

この考え方が一般化できる訳ではないが、一つの参考として捉えていただけると幸いである。

### **発明実施の確保の方法－1 開示する**

ノウハウ秘匿した場合、一番怖いのは他社が出願してしまうことである。ノウハウ秘匿していても、他社が出願し権利化されると自分自身も実施できなくなる。

これを防ぐための方法として、まずは開示することがあげられる。

具体的方法としては、まずは出願があげられる。出願すれば、3年放置していれば勝手に取り下げになるし、勿論、出願公開されるので実施が確保できる。また、よりお金をかけないようにするのであれば、対外向けの公報に記載するという方法もある。

この方法は、実施の確保とコスト削減がメリットである一方、他社の利用が可能になるというデメリットがある。

## **発明実施の確保の方法－2 秘匿する**

次に、秘匿することがあげられる。実施を確保するため、先使用権を確保する必要がある。他社が特許を取った場合も、先使用権を証明できれば発明を実施することができる。

具体的方法としては、一般的な公証制度の利用で、封をして公証役場で確定日付印を押してもらうことで、これでその日に書類が存在していたことを証明できる。

この方法は、書類だけではなく箱も使えるので現物を置いておくことができ便利である一方、ひとまとめにしたり、公証役場に行ったりと手間がかかることがデメリットであると言えるだろう。

## **電子認証制度について**

当社は、先使用権を確保するため、タイムスタンプと言う電子認証制度を導入している。書類を用意して一定の手続きをするとタイムスタンプが押され、押印された日付以前に書類が存在したことを保証する。同時に、押印されてから、その書類が改ざんされていないことも証明できる。

タイムスタンプは、処理が容易で一定のフォルダに入れると即座にできることや、月に数千円とランニングコストが安いことがメリットとしてあげられる。一方、初期費用がかかることや、一定形式の書面だけで現物には対応できないことが、デメリットとしてあげられる。

## **その他一企業における知財業務についての私見一**

私は、企業の知財担当者は最低でも2名、実担当者の特許事務が必要だと実感している。一人ではミスに気づかないことが多いし、特許庁に対する手続き等の作業量が多すぎるように思う。

また、事務手続きを社内でやると、総合的なコスト削減になると私は思う。例えば、年金の支払いや出願審査請求は、全て事務所に依頼すると費用がかさむが、管理ソフトを導入し対応すると社内でも対応可能である。一方、特許・実用新案の案文作成は、書類作成の技術・テクニックがあるので、安易に社内で行き届くのではなく、弁理士事務所に任せる方が良いと思う。

そして、拒絶理由通知が来た場合などの中間処理は、事務所に丸投げするよりも、事務所に基本的な対応策を案として提出してもらい、社内の意見を入れたうえで依頼するのが良いと思う。但し、知財業務を代行することが事務所の仕事であるので、素案を出させた以上は、事務所との付き合いを考えて、費用はきちんと支払うべきだと私は思う。

## **【塾生発表－1】**

### **企業の取扱製品など**

当社は、昭和初期に創業した問屋出身の会社である。制御機器をはじめ幅広く提供しており、高温、高圧、低温、真空、クリーンルーム、精密加工など、多様な条件下に対応できるものを開発・製造・販売している。

また、社内における知財担当者は、専任が3名、兼任が3名となっている。

### **制御機器の特許出願等の状況**

当社の制御機器は、広範囲な分野で使われており、特許等も非常に古くから存在している。しかし、確認したところ、関連分野の特許出願公開件数（F16K：弁・栓・コック）は、年間2,000件に満たない技術分野となっている。

また、F16Kの登録件数をみると、1995年時点で800件弱、さらに2008年から下降傾向にある。

### **企業における事業展開、制御機器の技術開発の系譜**

当社は問屋出身であるが、お客さまからのニーズを受けて、工作部門を設立して制御機器の国産

化をスタートした。その後、保安・安全・安心という基本方針で、プラント用機器を製造する中、高温・低温・高圧・真空・高潔浄といった様々なニーズに対応することで、原子力用、さらには半導体業界向けに新規参入していった。

このように事業展開を進めていく中、主軸となっているのは共同研究と創造開発である。

### **製品の標準化活動**

当社では、産学官社の連携により、外部表彰を長年連続受賞している。

受賞案件である半導体製造用システムには、1つの製品に数十件の特許をはじめとする知財を権利化している。これは、製品特性上、権利範囲が狭いため、狭いところで競合他社と取り合っているというのも1つの要因であると思われる。

このシステムを採用いただく中、スタンダード（標準化）活動を進めてきた。全て自前で製造できればよいが、部品によってはできないものもある。また、お客さんの中には競合他社もあるので、互換性を考えると標準化を進めた方が双方にメリットがあることから、この活動をスタートした。

1995年から活動して、オープンにしていく中で多くの苦労も経験したが、2004年に、構成部材の取付け寸法統一（標準化）規格という形で、最終的に14のスタンダード規格の制定に至った。

### **知財戦略情報誌の発行**

産学官社の連携や、大学の先生方からの協力を受けることで、会社の成長に繋がったことに感謝する気持ちも含めて、先生方や産業界に恩返しすべく、特許流通・活用事業に関する情報等を提供することでお役に立てないかと考え、知財戦略情報誌を発刊している。

## **【塾生発表－2】**

### **企業概要、企業のコアコンピタンスについて**

当社は、建築環境金属製品の製造販売をしている。ある製品では国内シェア90%を占めているが、100億円程度の事業規模でありニッチな世界なので、小さな分野でのナンバーワン企業である。

また、当社のコアコンピタンスとして、以下3つのキーワードがあると考えられる。

キーワード1は「小ロット多品種」へのこだわりである。当社はたった一つしか製造しない場合でも金型をつくっていく。また、100億円程度の事業規模なので、一つからでもつくるのは大手企業にとっては難しく、参入障壁となるため、小ロット多品種という考え方を大切にしている。

キーワード2は、「デザイン、品質」へのこだわりである。デザインは、製品デザイナーが複数在籍しており、それぞれこだわりを持って取り組んでいる。また、品質については、たとえばメッキの下処理に数倍のお金をかけることで、パッと見には分からないが、じっくり見ると、当社の製品は鏡面部分がスッキリ見える一方で、安価な製品は仕上がりがメラメラしているという差がみられる。

キーワード3は「プロモーション」へのこだわりである。製品カタログ関連で億単位の経費を毎年費やしている。その他に、小冊子や動画の作成、建築家の勉強会・セミナーの開催も実践している。

### **知的財産戦略**

知財担当者は、知的財産だけではなく、ブランディング業務も関連部署と連携して行っている。

先ほどの3つのキーワードを守り抜くために知的財産戦略がある。知的財産権だけではなく、同時にブランディングや各種契約などの活動をしている。ブランディングに関しては社内の宣伝広告室と連携し、知的財産権や各種契約に関しては社外の弁護士や弁理士と連携して進めている。

当社はファブレス企業で国内には工場を持っていないので、デザインや品質へのこだわりなど、

無形の財産を大事にしたいと考えている。それを守るために、知的財産戦略があると考えている。

### **知財教育制度**

知財教育として、まず、2009年度に顧問の弁護士と弁理士を招き、経営者向けの知財講演会を実施した。それまでは、職務発明規定もなかったが、これを契機に整備を始めた。

2010年には、全社員向けの知財説明会を実施した。知財インターンシップ制度を活用して、派遣された学生とともに、特許庁の教育資料をもとに社内オリジナルのテキストを作成し、学生が説明役となり知財説明会を実施することで、興味もわき、社内での知財意識が向上した。

ちなみに、学生にとっても資料づくりやプレゼンテーションの勉強にもなったようで、学生たちに感想を聞くと、就職活動にプレゼンテーションが役立ったと言ってくれた人もいた。

また、2010年度から新入社員研修においても知財教育を実施している。

そして、当社では知的財産管理技能士検定の受験を奨励している。受験費用のうち、同級は2回までは会社負担となっている。

### **パテント会議について**

パテント会議を隔月で開催している。会議の目的は、会社方針に即した明確な知財戦略を立て、知財を担当しているデザイン部だけではなく、全社が知財に関わるという考えのもと推進している。

会議のメンバーは、責任者は専務取締役で、営業本部、商品本部、管理本部の各責任者と知財担当者の5名で構成している。また、会議で決定した内容は社長に決裁をもらうようにしている。

主な内容は4点あり、まず1点目は出願の要否検討で、当社が毎年4月に公開している新製品カタログの公開前に出願が完了するように、1月ごろの会議で、弁理士を招いて協議している。

2点目は更新の要否検討で、これは後ほど詳しく説明する。

3点目は模倣品対策で、模倣品を発見した際は、全社から私にメール報告できるようにしており、発見次第、弁護士と連携して随時対処しているが、パテント会議ではその経過報告を行っている。

4点目は、各種の契約について協議している。

### **更新の要否を決める基準**

権利更新の要否については、まず、既製品かどうかを見る。毎年廃盤を出しているが、廃盤の権利は基本的に捨てている。

次に、既製品でも、それほど売れていない製品に関してはコストをかける意味があるかを考えるため、売上基準を設け、これを満たすか満たさないかで、権利を保持するか放棄するかを判断する。

売上基準で放棄と判断したものに関しては、売れていなくても、当社に必要なデザインである、または他社に抑制力が働いているデザインであると判断すれば、権利を更新し維持している。

### **パテント会議、成果と今後の課題**

パテント会議は今年4年目で、丸3年が経過した。

当初、不要な知財の棚卸を行った。特に商標は、使わないものは切り捨てた。その後、逆に必要なものは、特許と意匠の両方での出願や、部分意匠や関連意匠の出願も行った。必要なものには費用をかけて、不要なものにはかけないというメリハリのある知財戦略を採用した。

コストの推移として、2007年度を100として計算すると、パテント会議を始めた2009年度には64%、2011年度には50以下のコストになっている。

同時に、集中的に投資できたことや、定期的にパテント会議を行うことで全社の知財意識の向上につながったことは、取組成果の1つと考えている。

今後の課題として、不十分であった知財管理について、今年1年での完成を目指してマニュアル

化を進めている。中でも、どこまで製品に関する知財の情報を見せてよいようにして、秘密管理をするかで、悩んでいる。市場で侵害品を見つけるのは営業部員なので、100%隠してしまうのも問題がある。難しいが、知財塾の勉強を通じてシステムを構築していきたいと考えている。

### **社内提案制度**

社内提案制度として、全社および約 70 社の協力工場から提案を募集している。提案者は新製品提案書を書いて提出し、提案審査会でふるいにかける。その結果を全社に公開する。

提案審査会を通ると、デザインレビューのもとになるシートを提案者と開発担当者が共同作成し、デザインレビュー審査で新製品として開発する価値があるかを確認し、この結果も全社公開する。

そして、社長プレゼンテーションで最終判断が下される。

これらの厳しいステップを踏んで初めて社内で承認されて、開発を開始する。

### **社外提案制度とロイヤルティ契約**

提案制度では、社外の協力工場からの提案も受け付けている。アイデアの対価として提案した協力工場が製造するようルール決めしている。生産可能な製品の提案に限定している。

また、既製品だけでなく、建築家やデザイナーが使いたいデザインを提案し、一つからでも製作するオーダーメイドが当社最大の特徴であるため、ロイヤルティ契約を当社では重要視している。

具体的に言うと、一般的な製品開発・販売のルートは、施主の依頼を受けて、デザイナーや建築家が設計し、ゼネコン、サッシ屋、代理店と話が下りてきて、当社が製作・販売することになるが、当社の場合は、デザインを直接、デザイナーや建築家と打合せを行い、設計図書に落としもらい、代理店に販売するというビジネスモデルを採用している。

そして、デザイナーや建築家のオーダーメイドの製品で特に優れたものは当社のカタログに掲載する。その場合、建築家やデザイナーとロイヤルティ契約を結び、対価をお支払いしている。

この結果、当社は建築家やデザイナーが使いたいデザインを吸収することができる一方、デザイナーや建築家は自分の好きなデザインが実現でき、さらにロイヤルティが入ってくるという、WIN-WINの関係を構築できている。

### **契約業務**

当社では、協力会社との取引を行う前には必ず取引基本契約を締結する。共同開発を行う場合であれば、知財の権利行使のあり方をはじめとする事項を共同開発契約書に整理し、契約締結してから開始するようにしている。

一方、ライセンス契約は行っていない。これは社長の基本的な考えで、自社ブランドでの製造販売を基本としている。また、製品の知財に関しては、当社の単独もしくはお客さんとの共有いずれかのかたちで保有するようにしている。

契約業務の課題として、どのようにまとめればいいのかを検討している。関係部署の人が必要な契約書を簡単に探し出すことができ、かつ秘密管理のできるシステムを構築したいと考えている。

### **著作権契約**

カタログや Web、動画等に関しては、デザイナーや写真家等の業務委託先と著作権契約を結んでいる。また、契約書の中で、著作者人格権は行使しないことを了解してもらったうえで契約している。

### **海外戦略と知財戦略**

当社では、海外において、サンプルを取り寄せて、同じデザインのもので生産し販売しているという侵害を何度か受けてきた。しかし、それに対して有効な対処ができていないのが現状である。

そこで、今後は、真似されたところを潰していくと考えるのではなく、使ってくれる人が偽物を買うのは恥ずかしいと思ってくれるようなブランディングを進めることが重要だと考えている。建築家やデザイナーは意識の高い人が多いので、偽物を使うのは恥ずかしいと思ってもらえるようブランディングを行い、それに付随したビジネス戦略を立てていきたい。

### **海外同名企業との共存契約について**

海外に同じブランド名を使っているメーカーがある。日本国内や中国では弊社が商標を持って管理しているので問題ないが、サンプルやカタログが様々なルートで様々な国に出回ることがあり、警告を受けたことが度々あった。

その後、海外メーカーが取消審判請求を起こした。その時、冷静に考えて 100%同じ製品ではないので共存契約ができないかを、海外メーカーに弁護士を通して確認したところ、先方もできれば共存したいという意向が分かり、よい関係を構築することができた。現在、商標活用や販売展開する地域などについて、徐々に協議を進めている。また、今後は、海外メーカーの販売ルートに乗った事業展開などにより、海外進出で友好関係を築いていくことを検討している。

この件については、審判や裁判を起こされると敵対する感情を持ってしまうが、冷静に対応すれば、メリットが出てくる可能性のあることを学べたと思っている。

### **まとめ**

知財戦略の今後の取組については、自社の強みであるデザインや品質などを大切にし、それを保護するものとして、経営者から一般社員までが知財意識を持つことが大事だと考えている。

海外では、ブランディングを第一に考え、それに基づいた知財戦略を立案することを考えている。

さらに、インターンシップ制度や知財塾への参加など、社外交流を活発にし、知財の研鑽を積んでいきたいと思っている。

## **グループディスカッション**

### **【第1グループ】**

**Keyword:** **電子認証した情報の保管期間** **産学連携のメリット** **中国の模倣品対策**

- 大阪シーリング印刷・嶋田氏との意見交換では、知財情報の整理の中で電子認証した情報の保管期間を権利消滅後から3年程度としていると聞き、今後、社内で溜まっているファイル、そして包装袋管理している茶封筒などを処分し整理していくべきかもしれないと思った。
- 塾生発表1との意見交換では、産学連携により技術開発を進めることで、新しいネットワークを構築できるという点については参考になった。また、海外での知財活動については、ヨーロッパよりもアジアの方がより活発に展開するようになってきたという話も参考になった。
- 塾生発表2との意見交換では、中国での模倣品対策は泣き寝入りの状況であるという話を聞き、当社でも同様の経験があったので、日本企業の弱さを痛感した。



## 【第2グループ】

Keyword :

**包袋管理のダブルチェック**

**出願するかノウハウ秘匿するか**

**発明の対価**

**不実施補償契約**

**顧問の弁理士・弁護士**

**トップダウンによる知財活動の推進**

- 大阪シーリング印刷・嶋田氏との意見交換では、包袋管理はヒューマンエラーもあるのでどの程度までダブルチェック等を行うべきかの議論があった。また、特許出願するかノウハウ秘匿することについて、嶋田氏より判断基準を例示してもらったが、各企業で判断基準を持っておくべきではないかという意見があった。さらに、発明の対価について、特許もノウハウも大阪シーリング印刷では同じであったが、グループの中では利益分配は特許中心になるという意見が多かった。
- 塾生発表1との意見交換では、産学連携の契約に関する質問に集中し、共同研究成果等について共同出願した際に締結する「不実施補償契約」について、学の提案を鵜呑みにするのではなく、一度交渉して異なる契約方法をとるよう努めることも可能ではないかという意見があった。また、大学の産学コーディネータの中には、専門とは異なる分野であるなどして、うまくしてもらえないケースもあるという意見があった。
- 塾生発表2との意見交換では、顧問の弁護士及び弁理士との打合せを頻繁にしており、中でも、弁理士は年齢も近くて知財担当者との相性が良いことが活動の円滑化につながっているという話があった。また、知財担当者が兼任1名のみでありながら、社長が知財に対する関心が非常に高いこともあり、意匠の取得をはじめ、知財活動を活発に進めているという印象を受けた。

## 【第3グループ】

Keyword :

**包袋管理**

**特許とノウハウの対価**

**連携する研究者のコーディネート手法**

**企業ブランドの確立**

**ボトムアップの知財活動**

**意匠の権利範囲**

- 大阪シーリング印刷・嶋田氏との意見交換では、包袋管理をすることで、重複研究を避けることができるというプラスアルファの効果があると知った。また、ノウハウを特許権と同じ価値として評価していることに、驚き、共感した。そして、タイムスタンプは必ずしも先使用権確保に有力とは限らないが、安価な手段として封筒に封をした上に安い切手を貼り、郵便局で消印をおしてもらう方法もあることを新たに知った。
- 塾生発表1との意見交換では、産学官民連携を活用する秘訣についての質問があり、顧問の大学の先生がうまくコーディネートしていることや、文科省の事業で産学官民連携の募集があるようで、テーマが合えば活用できることを聞いて参考になった。また、包袋管理を大阪シーリング印刷と同じように取り組んでいるという話もあった。
- 塾生発表2との意見交換では、小ロット多品種で、品質やカタログ製作に費用をかけている印象を受けたので、企業としての儲けが個人的に気になって質問をしたが、業界の中では企業ブランドが確立されており利益率が高いため、商売が成り立っているという回答であったのが印象的だった。また、知財戦略やコアコンピタンスに向けた動きが、ボトムアップで進められていることが企業の強みであると感じた。意匠の権利範囲の解釈を社内でどう評価しているかという質問もあったが、その点については苦労されているようだった。

## 【大阪シーリング印刷・嶋田氏 コメント】

- \* 発表で皆さんに言い尽くされたので、コメントすることがあまりない。ちなみに、包袋管理の「3年」については、権利消滅から3年経てば、損害賠償されないということで設定している。

## 【塾生2 コメント】

- \* 今日の発表や議論の中で、今後明確にしなければならない課題を確認できた。来年もあると聞いているので、頑張っていきたいと思う。

## 【塾生1 コメント】

- \* 今日の発表を通じて、来年度も、自社の企業における常識・非常識と、皆さんの常識・非常識の摺合せを行い、互いにレベルアップを図っていききたいと思った。本日は有難うございました。

## 【宇佐見先生・総括】

- \* 知的財産に関しては、「知識を使う能力」が重要である。ただ、使いこなす能力があっても「知識」がなければどうしようもない。
- \* 「知識」は本を読んで理解する知識もあれば、自分が経験することで学ぶ「知識」がある。例えば、特許の進歩性について、人から「専門書に記載のないこんな事柄でも進歩性を確保できた」という話を聞いたのであれば、進歩性の主張が可能な事柄について新たな知識を得たと言える。こういった新たな「知識」は大会社では案件が沢山あり社内の経験に基づく情報交換で獲得できるが、中小企業では取扱件数も少なく新たな経験も少ないため、社内の経験に基づいて新たな知識を得ることは簡単にはいかない。
- \* そこで、今日のように発表を聞き議論する場で、他の人の経験を聞いて新たな「知識」を得ることは重要である。そのためにも、こういう塾を続けていってほしいと私は思う。

## 【平松先生・総括】

- \* よくも悪くも、「世界の知財戦略はアメリカで発祥してきた」と言われる。例えば、1985年にヒューレットパッカードのヤング会長が中心となり、プロパテント政策を提言したのを受けて、日本を含め世界が知財重視の政策を取り組むようになった。その後、2004年にIBMのアルミサーノ会長が「これからは特許だけではなく、標準化とのバランスが重要」という趣旨のレポートを出したのを機に、米国ではプロパテントをすこしアンチ側により戻す動きが出ている。これが、欧州、アジアにも今後影響を与えるだろう。
- \* 今日、事例発表の中で標準化の話があった。ある企業の特許が標準必須特許（標準の規格の中に必ず使われる特許）として採択される場合、その企業は、標準化団体に対し、当該特許をFRAND（＝公平、合理的かつ非差別的）条件でライセンスすることの意思表示が義務付けられているのだが、アメリカの政府（FTC、DOJ）は「その場合、差し止めは認めない」と言いだした。裁判でも判事がそのような見解を示す傾向が出ている。ヨーロッパ政府（EU）も基本的に同じ方向である。しかし、企業の中には、「その場合でも特許権の差し止めは認められるべきだ」とするものもあり、現在論争が展開されている。この件について、私はやはりアメリカの政策が世界に受け入れられると思っている。
- \* これからは、知財だけでなく、標準化も注意を払わなければならない時代が来るだろうということで、今年度の締め言葉としたい。

## 【近畿経済産業局・総括】

- \* 平日の昼間、8月からの計7回、参加いただき有難うございました。
- \* 知財塾で学んだ成果は、会社に持ち帰って活かしていただきたい。現在、本庁に予算要求しており、来年も実施できれば、来年の知財塾はできれば今年よりも早く開催したいと思っている。アンケートはその際の参考にもなるので、ご希望を盛り込んでいただければ有難い。
- \* 最後に、塾生間でネットワークを形成し、情報交換をしてほしいというのが当事業の趣旨の1つでもあるので、今後もぜひ取り組んでいただきたい。