

■ 平成 26 年度 第 5 回「近畿知財塾」

次第

1. 開会あいさつ、コーディネータによる話題提供（才川伸二郎先生）
2. ゲスト講義「大学と連携するって何?」、「企業事例研究－2」
[ゲスト講師] 京都大学 産官学連携本部 知財・ライセンス化部門主任専門職 香月亜美氏
[塾生発表]
- 休憩（10分） —
3. グループディスカッション（①社内の発明の掘り起こしの手法・工夫、②海外知財の先行調査）
4. その他連絡事項など

当日の様子



才川伸二郎先生



香月亜美氏

コーディネータによる話題提供

「知財（課題）の社内報告」 才川伸二郎先生 大阪工業大学大学院知的財産研究科教授

報告における問題点

知財の専門家ではない部長、役員、社長に対し、部下が知財関連の報告をした際に、「専門用語ばかりでよく理解できない」「何を説明したいのか。どうしてほしいのかが分からない」といった不満を、部下は言われることが多い。これは、部長、役員、社長が、専門的なことを決裁することに対して困難だと感じているからだとも考えられる。

一方、知財担当者など、報告を上げる人の感覚としては、情報を正確に伝えるためには専門用語は必須であるし、知財活動は効果が表れるのに時間がかかるし、さらに、侵害、非侵害の結論は白黒を軽々しく出せない、といったジレンマがある。

また、上位者への報告の方法についても、①自分で作成した資料を自分で直接説明する、②自分が作成した資料を知財部門の上司に説明し、上司がそれを持って上位者に説明する、③自分が作成した資料を知財部門の上司に説明し、上司とともに上位者に説明するなど、様々にあるため、何が問題なのかは一言では言い表しづらい。

報告についての再考

知財担当者による報告の目的は、知財活動について理解してもらうことや、報告内容の方向性承認、そして、最も重要なのは決裁の承認を得ることである。契約締結、社内規定の変更、外国出願の費用や報奨金といった費用が発生するときは決裁者の承認を得なければならない。

また、なぜ知財担当者が報告しなければならないのか。これは、部長、役員、社長といった上位者の理解のもとに仕事を円滑に進めるためであり、承認を得て次のステップに進めるためである。つまり、

決定権は上位者にあるからこそ、報告しなければならない。

そして、報告を受けた上位者は、「知財の費用や調査結果をもとに、専門外であっても判断しなければならない」と思っている。では、報告が成功し、目的を達成できるようにするための秘訣は何なのか。

報告を成功させるには

報告を成功させるには、まずは、上位者の思考・判断基準に合わせる事が重要である。これは、皆さん、意外にできていないのではないか。上位者は経営者として、事業との関係で判断する。しかも、じっくり聞いている時間がない。5分しかない。10分しかない。そういう人に理解してもらい、決裁の印鑑を押してもらわなければならない。

次に、理解してもらうための報告と説明資料の準備が重要である。専門部署の報告文書は一般に難解であるが、つい正確に書こうとする意識が働きがちである。そうではなく、「なぜ、専門的で難解な資料で上位者に説明するのか」「上位者が専門的なことを理解できなければ、その決裁や承認ができないのか」を見直し、報告の目的を再考してから、報告と説明資料を準備するのが望ましい。

例えば、国内優先権を主張して外国出願をするため、新たな予算の確保と一定期間内の出願が強いられている場合、社長に報告する際には、社長は優先権を知らなくても、「この日までに出願しなければいけないから、今のタイミングでお願いしたい」ということが分かれば良い。皆さんには、どんな情報や資料があれば上位者から承認を得られるのか、準備する前によく考えるようにしていただきたい。

報告用の説明資料は報告相手によって変えるべき

そして、報告用の説明資料は相手ごとに変えること。これが最も重要である。皆さんは変えていないのではないか。私も、会社時代にはこのことについて沢山説教した。

1. まず、知財部門の上司には、専門的かつ詳細な資料で説明する。知財部門の上司は、知財部門を統括している人として専門家になってもらわないと困る。十分な時間をかけ、法律、技術、経理、なぜお金がいるのかも含めて、十分に理解してもらうことが必要だ。後で上司がさらに上位者から突っ込まれたときに答えられないと困るので、専門用語を使って説明する。

2. また、他部門の長には、その部門が理解しておくべき点について重点的に解説した資料で説明する。知財部門の上司への説明資料を用いて他部門の長などに説明するから、話がややこしくなる。技術部門であれば技術に関連すること、経理部門であればお金に関連することなど、その部門が判断できるように説明資料を準備し、知財の専門的なことは外して説明資料の分量を半減させるのが望ましい。

3. そして、社長や役員には事業観点から説明すること。事業にどんなメリット・デメリットがあるのか、事業戦略上の位置づけと費用の意味、事業のためになぜこの費用が必要なのか。自分たちのやりたいことを理解してもらい、承認を得れば良いので、資料は1枚、最大10分で勝負できるようにする。

相手ごとに説明資料を変えるには、知財専門用語を極力使わない説明スキルを磨くことが重要である。社長への説明資料はA4用紙1枚で収めること。また、重要案件は事前に何度も行く。5分で全部を説明するのは無理なので、何度も行っておくことで、最後は5分で説明できるようになる。

報告とは、上位者の信頼を勝ち取ることである。「よし君に任せた」と言ってもらうためには、信頼されなければならない。

報告がうまくいくコツ

また、報告がうまくいくコツもある。それは、社長や役員など、知財の専門家ではない人に報告する際、知財の専門的なエピソードや法律を、毎回1つだけちりばめることである。例えば、最近のエピソードであれば、トヨタが6千件近くの燃料電池車関連の特許を無償開放したことでも良いだろう。

知財のエピソードや法律を紹介することで、社長の頭の中に知財の知識が入る。回数を重ねるごとに知財の知識が増えていく。知財の話題を提供していれば、次に社長のところへ行ったときに、社長は何かよいことを教えてくれるのではないかと期待する。知財担当者が1回に一つ専門的な知識を提供することで、1年もすると社長や役員の知財を見る目が一変するだろう。ぜひ実行していただきたい。

講演

「大学と連携するって何？」

京都大学 産官学連携本部 知財・ライセンス化部門 主任専門職 香月亜美氏

大学とは

日本の大学法人は、教育事業、研究事業、社会貢献事業の3つの事業を行っている。これら3つの事業は並列ではなく、教育と研究が2本柱であり、それらの成果を活用して社会貢献をしている。また、企業とは異なり、公共性、公平性を重視する性質があり、運営費の何割かは国民の税金が使われている国立大学法人はその傾向が特に強い。

研究と社会にフォーカスすると、大学の研究活動と企業の研究活動は大きく異なる。企業における研究が事業活動の源泉であれば、大学における研究の役割は知識の多様性の確保であり、大学は知識のデータベース、知識の図書館のような存在だと言える。そのため、研究の種類をたくさん取り揃えておくことが重要である。また、時間軸では企業よりも長期を見ていて、本学では「100年先を考える」と謳っている。そして、研究領域では実用的な領域を担う企業とは異なり、基礎的な領域を担っている。

大学の研究成果の活用方策

大学の研究成果が社会で生かされるときには、3つの使われ方があると考えられる。

1番目は、知的・文化的な使われ方である。例えば、文学や宇宙の起源、数学や物理学の原理・原則、ピタゴラスの原理などは、人々の教養、知識、文化として使われている。

2番目は、社会的・公共的な使われ方である。これは、病気、災害対策、交通、安全・安心など、地球規模の共通課題に対応するものが多い。iPSの再生医療や、噴火予測技術、地震予測技術などもこの領域に当てはまる。

3番目は、経済的な使われ方である。これは、産業界の技術革新や新技術につながるケースもある。

従来、大学で1～3の研究成果を社会に伝える際には、論文発表や学会発表、公開講座などで広く公開してきた。一方、近年では、特に産業界が関わる2番の一部や3番については、産業界では特許化した方が成果を使いやすいこともあり、知的財産権を特許の形で使っていただくことも増えてきた。

産学連携は何のためにするのか

なぜ、大学と企業が連携するのか。私は新しいものを生み出すためだと理解している。イノベーションは異質なものとぶつかり合いから生まれると言われるが、まさに大学と企業は異質なもの同士であり、同一の連携よりもはるかに新しいものが生み出される可能性が高まる。

しかし、産学連携は意外と難易度が高い。事前のご質問でも、契約でなかなか大学と折り合えないというお悩みがあったが、異質なもの同士であるため当然であるという理解を、個人的にはしている。

産学連携というチャレンジを円滑に進める窓口として、本学には産官学連携本部という部署があり、最近では多くの大学にも類似の組織がある。本学の産官学連携本部では、①企業と大学の共同研究を推進すること、②大学の単独の成果・特許をライセンスや譲渡すること、③既存の企業ではリスクが大きい、まだ萌芽期のものについてはベンチャー企業を設立・育成すること、この3つの手段を使って、大学の研究成果を産業界や社会へ移転している。

産学連携の事例

ここからは、産学連携の事例に移る。

まず、1番目は「キンコロスウォーター」という名称の除菌剤で、大阪市福島区にある「株式会社かわかみ」という食品添加物メーカーと、本学の病原細菌学の研究室で開発した製品がある。

株式会社かわかみは、キムチや浅漬けなどの発酵食品で菌をコントロールする技術やノウハウを既にお持ちで、新たに食品用除菌剤への展開を模索されていた。株式会社かわかみが本学を訪ねてきたのが

連携の契機となり、従来の課題を解決した食品に使えるホタテの貝殻を使った除菌剤を開発した。

共同研究中に国内外へ数件の特許を共同出願した。すでに販売しているので、本学と先方で取り決めた割合の対価が本学にも戻ってきて、その何パーセントかが学内規程により本学発明者にも還元される。このように、大学が関連した成果が世に出て、大学にもその対価が還元されてくるというサイクルができるケースは、大学としてハッピーな形と言えるだろう。

(その他、1事例の紹介あり)

まとめ —産学連携の成功のポイントとは—

産学連携の成功ポイントとして、企業側ではどこにあるのか。

1点目は産学連携の具体的なイメージがあることである。必ず達成したい長期の夢や情熱が企業側にあり、そこに大学の知識や技術をうまく融合しているケースは成功している。

2点目は密なコミュニケーションである。国立大学法人には、大学内で企業の方が研究や実験ができる研究員制度がある。この際、企業と大学の研究員が日々一緒にいるのでコミュニケーションが活発になる。一方、大学の研究者も、共同研究をしている企業の工場や研究施設に見学に行くこともある。密に連携しているケースは成功しやすく、よい結果が出ている。

3点目は会社としての関わり方である。大学から見て、例えば打ち合わせに他部門の方が一緒に来られたり、年に1回か2回でもトップの方や役員の方が来られて研究方針や進捗状況などのディスカッションに参加したりするなど、会社ぐるみで連携しているケースは前に進みやすいという印象がある。

日本には約1,200校の大学があり、正職員で約19万人の研究者が在籍している。日本にはそれだけの知的なデータベースが存在する。海外を見ると、中国には約2,900校、アメリカには約4,600校の大学がある。皆さんも、合う研究者や大学を見つけて、一緒に新しいものを生み出していくことをお勧めしたい。

事前質問への回答

まず、「中小企業との産学連携の中で、ライセンス料はどのように取り決めていますか」との質問があった。ライセンス料は自由に決められることが前提である。大学としては、その業界や業種のこととは全くわからないので、企業から「こういう理由で、この支払い方が払いやすい」と正直に言うだけでの一番助かる。成果が世にできることが目標である大学にとって、企業の事情のわからない大学が、万が一、膨大なライセンス料を要求することで事業化を阻害しているとなると、本末転倒になってしまう。素直にご提案いただくのが有難い。

また、「大学と共同研究を行う場合に、これまで一般的とされてきた条件と変わっているような事例があれば教えてください」という質問があった。最近、変わってきている共同研究の条項は不実施補償の取り決めではないだろうか。不実施補償は、大学は企業とは違ってビジネスしない法人なので、共有者が実施したときに対価を大学にも支払うというものであるが、最近ではその条項の内容についても幅を持たせるようになってきていると思う。細かい条件は、具体的な研究テーマや技術によって、お互いに譲り合うこともあるものと思われる。

企業について

当社では、経営理念は「企業を通じて社会に貢献しつつ、企業の繁栄と社員の幸福を図る」で、知財活動も社会への貢献と企業の繁栄を目標としている。

当社は、本社と、商品の企画・デザインをしている部門が大阪市内にあり、研究開発部門が奈良にある。海外には、中国とタイに生産拠点が、中国とアメリカに企画、営業を行う子会社がある。

当社は、国内での業績は業界ナンバーワンである。しかし、ライセンスブランドの商品が多いこともあり、知名度は低く、この点は当社の弱みとして実感している。こういう問題も知財で解決していきたいと思っている。

一方、自社ブランドで、独自性のある特徴的な商品を複数販売している。独自性のある商品とは他社には作れない商品であり、他社が作れないようにするには知財が重要になってくる。

現状としては、売上の大半はライセンスブランドが占めている。以前、世界的に有名なブランドからライセンスを更新しないと告げられたことがある。他の商品でカバーして乗り切れられたので、売上推移も落ち込むことはなかったが、危ない状況であった。そういう状況から抜け出し、弱みをなくしていくためには自社ブランドを強くする必要があると考えている。

知財活動の状況

当社では、知財部門の組織内での位置づけは管理本部法務部法務課になる。人員は、管理本部長が法務部の部長を兼任し、法務課の課長は専任で法務と知財を担当している。課員は5名で、うち1名は法務を中心に、残りの4名は知財を中心に業務を行っている。

法務部で行う取組としては、起こった問題への対処を行う「治療法務」と、起こりうることへの対応を施す「予防法務」、経営戦略に貢献する「戦略法務」の3つがある。このうち、現在最も業務量が多いのは「予防法務」であり、侵害調査など、問題が起きないように事前に手を打っている。例えば、調査依頼があった場合に、この程度のリスクであればよいと判断をするのか、それともリスクがあること自体が問題だと判断するのか。調査をやるか、やらないかの判断が課題になっている。今後は、研究開発支援にも力を入れていきたいと考えている。

また、当社では、研究開発部門と知財部門が分かれており、研究開発部門は知財の意識が低くなりがちである。逆に、知財部門は開発を知らないという現状なので、研究開発とのタイアップをより密接にして、よりよい商品を開発できるように努力している。例えば、自社の保持する特許や商標を商品企画部門の人が知らないままではもったいないので、他の部署にも周知し、その特許の商品への活用につなげられるよう、社内制度づくりをしているところである。

そして、これは当社の特徴的なところであるが、トレンド重視の商品を企画する部門と、高付加価値な商品を企画している部門に分かれている。この他に、勿論、販売部門、研究開発部門は分かれているので、情報の共有が課題となってくる。特に、研究開発部門は、トレンド重視の商品を企画する部門とは連携が弱いので、知財部門が間に立って情報のやり取りの手助けができるようになりたいと思っている。

知財教育の取組

知財教育には以前から取り組んでいる。商品企画部門を対象に勉強会を年2回実施し、商品企画スタート時には侵害しないよう、他社の特許や商標の情報を提供している。また、研究開発部門には毎月ウォッチングした情報を流している。

しかし、商品企画部門や研究開発部門では、知財情報を受け取っても、自分の業務にどう活用すればよいかで悩んでいる。それを解決するために、知財の観点を、商品企画や商品開発業務に組み込むためにはどうすればよいか、「知財ガイド」を作成して教育を実施していく取組を始めた。

書店に行くと知財の研究者向けの教科書があるので、それを購入して要約すれば「知財ガイド」は簡単に執筆できるかもしれないが、そうではなく、自社の活動、自社の業務に則した内容で作成することが重要であると考えている。今日お見せできればよかったのだが、執筆を始めたばかりで、まだ完成していない。

また、研究開発部門向けの知財教育では、知財意識が弱い点が問題である。例えば、研究開発者が新しい商品を開発した後で、「これはよい商品だから権利化できるでしょ？」と知財部門に言うことがある。このとき、商品が良いのと権利化は別物で、先行技術と比較し、権利化出来るか検討が必要であることを説明し、他社知財の存在を知ったうえで開発をすることの重要性を伝えている。

目指しているのは、特許の明細書の流れに沿った研究開発である。特許の明細書は、従来技術があり、その背景や課題があり、課題解決の方法が特許になるという流れがある。研究開発も同じ流れで、まずは他社知財を把握し、どこに他社知財では解決できない課題があるのかを確認し、解決方法を探すべきであろうと考えている。狙う領域に他社知財が多数ある場合や、他社知財の課題や解決方法が見つからない場合は、残念ながら他社製品が優れていることであり、むしろ他の領域に目を向けるべきであるといえるだろう。知財部門としては、知財情報提供などを通じて、研究開発部門がこの流れに沿って研究開発を進めることを支援していきたいと考えている。

商品企画部門向けの知財教育の問題点として、トレンド対応商品は流行を取り入れる必要があるが、他社商品と全く同じでは権利侵害になるということがある。そのため、トレンドを踏まえながらも、自社なりにアレンジしてオリジナリティのある商品を開発するよう促している。

ファッション業界は流行り廃りが早いので意匠で権利化しないケースもある。そのため、他社の製品で意匠権を取っていないものについては、侵害していないから売っても大丈夫、ではなく不正競争防止法により「3年以内」の期間であれば、その権利が守られるので真似をしてはダメだと説明している。ただ、法務部の調査では、真似をしているのかどうかわからない。そのため、商品知識部門に真似をしたと判断されるような商品を企画してはいけないことを理解したうえで、商品を企画するように指導することが課題になっている。

知財ガイドの作成、法務部内での知財管理の効率化と最適化

現在執筆中の「知財ガイド」では、①ものづくりに従事する人間が常識として知っておくべき知財の基礎知識である「知的財産権の基礎知識」、②リスク回避や付加価値創造、付加価値の保護、付加価値の活用といった「当社における知財活動」、③業務において具体的に行動できるようにするための「知財の考え方と対応策」、④規定や社内の調査依頼の仕方、出願方法、補償金といった「社内の手続きや制度」の4点を掲載する予定である。

また、「知財ガイド」は他部門への知財教育のツールであるが、法務部内での知財管理の効率化と最適化を目指した取組も進めている。

具体的には、①課題整理、改善計画の作成や、②知財情報管理システムの導入、③業務フローの作成・見直し、④自社出願の実施、⑤自社知財の活用促進に向けたルールづくりの5点がある。

知財活動における課題

当社における知財活動の現状の課題として、まず、特許の明細書の流れに沿った研究開発が定着していないことがあげられる。開発が完了した段階で、権利化できないかと法務に来る状況も中にはあるので、テーマ設定の段階から法務とともに研究開発を始めるよう、呼びかけている。

設計審査やデザインレビュー（DR）など、開発段階に応じて関係者を集めて知財関連の打ち合わせを行う企業は多い。当社では、以前は開発トップが旗を振っていたが、残念ながら今は一旦中止となっている。法務から働きかけて、少なくとも法務に関する領域ではDRに似たようなものを実施したいと思っている。

また、海外事業の活性化に向けた海外知財調査の強化も重要であると考えている。海外で販売する予定で研究開発するものはこれまでも海外知財調査を実施しており、中国やアメリカなど、生産国と販売国での権利化も行っていた。しかし、長引く円安の影響もあって、得意先などがこれまで以上に海外事業に注力する傾向にある。当初は販売する予定のなかった国で売ることになると、特許が取れていないので、他社権利を侵害していないかどうかの調査が必要になってくる。販売する国や商品点数が増える場合、どのように調査、権利化するのが好ましいか、現在検討を進めているところである。

少なくとも自社の主要なブランドは商標権を取得したいと思っている。しかし、すでに海外で類似の商標が取得されているなど、困った状況に直面しているケースもある。

質問への回答

「発明創出のポイントや特許性のある技術、生まれている発明を発掘する着眼点があれば教えてください」という質問があった。

当社では研究開発の流れには2パターンある。まず、他社がマネできない商品を開発して権利化しようというパターンの場合、開発の最初の段階からマップを作成し、この領域であれば独自性のあるものが作れそうだとところで開発していく。この場合、他社知財との関係から、どこがポイントになるかを最初から見据えて開発していくと比較的やりやすくなる。

2つ目のパターンは、権利化するつもりはなかったのに、企画した結果ユニークなもののできたので権利化したいというものである。この場合は先行技術の差異が小さく権利化するのは難しいこともある。開発品と他社知財を比較してどこに違いがあるのかを探し、違うところが権利化の対象となる。

【平松先生、才川先生からのコメント】

<平松先生>

産学連携は大事なテーマであり、多くの大学が産学連携本部を設置しているのは好ましいことである。重要なのは、長期の目標を持ってより改善することを目指すことだと思われる。また、2つの事例をお聞きして、企業と大学がどのように知り合うか、また、産学連携本部も含めて大学が企業から相談してもらえるパスをどれだけ持っているかが、一つの課題ではないかと考えた。

塾生発表については、率直に現状の課題や取り組みをご紹介いただき、塾生たちも大変参考になったのではないかと。あらゆる産業に応用できるお話をさせていただけたと思う。

<才川先生>

香月先生のような方が企業の現場との間をつないでいるので、皆さんも気楽に大学へ相談に行くと良いだろう。但し、何をしたいのか、自社の強みは何かを明確にせずに、「うちの会社にいいネタはありませんか？」と丸腰で聞きにいくだけでは、うまくいかない。

塾生発表では、大変そうだなあと身につまされる思いを持った。自社ブランドがあって他社のブランドと競争しなければいけない。おまけに値段の制約もある。

また、開発部門と知財部門との間の意識の差を課題にあげていたが、知財担当者が先行して、自社の開発と企業発展のために何をすればよいかを明確に分かっておられるので、あとはやるだけで済むと思う。おそらく、知財ガイドは非常に良いものになっていると思っている。自社の実情に合わせるため、自社で作成しなければいけないが、完成すれば大事な経営資源になるものと思われる。ぜひとも頑張ってください。

グループディスカッション

【第1グループ】

塾生によるまとめ

- ◎ まず、発明の掘り起こしについては、設計者と対話する中で苦労した点などを聞いてポイントを探していく、技術部隊からアイデアが次々と出てくるので、随時、話をしているという意見があった。また、自身が研究者の場合、発明がないかどうかを常に気を付けているという意見があった。
- ◎ 中には、工場で改善提案のノルマを設定し、改善提案をチェックする中で発明となりそうなものを探して出願していくという意見もあった。また、1時間程度のブレインストーミングを行い、その後、2週間ほど開けて再度ブレインストーミングを行うという具体的な取組例を聞き、参考になった。
- ◎ 海外知財の調査については、特許事務所に丸投げである、社内でエスパスネットをキーワード検索しているという意見があった。また、調査会社に簡易調査を依頼し、抽出したリストの中で図面と見比べて侵害の可能性がある案件については、個別に翻訳して再検討するという企業もあった。

意見例

①社内の発明の掘り起こしの手法・工夫

- 当社では、設計者から発明を特許にしていきたいという声があり出てこない。そこで、知財担当が各担当に聞きに行き引き出すようにしている。
- 当社の場合、研究開発が知財も兼ねて担当しているので、どのような開発が進んでいるか、気をつけて見ている。「これはどうですか？」と、こちらから尋ねるようにしている。
- 技術者が思う開発のポイントと、弁理士が見つめる特許の請求項のポイントは違うことがある。技術者はたいしたことがない技術だと思っけていても、弁理士から特許になると指摘されることがある。第三者が話を聞くことは大事だと感じている。
- 当社では、法務の中で知財を担当しており、発明を引き出す活動として、工場からは改善提案を毎月2件提出し、知財担当者が従来技術を調べて特許性があるかをチェックするようにしている。
[香月氏]これまで特許出願を経験していない研究者の中にも非常に素晴らしい発明が埋もれている可能性があるのでは、大学でも掘り起こしは重要だと思う。
- [オブザーバー]以前に在籍していた通信系の会社では、アイデアを一切否定せずにブレインストーミングを4～5人でアイデア出しを行い、2～3週間後に同じメンバーでもう一度ブレインストーミングをして、アイデアを練っていた。そういう場を設定するのもいいのではないかなと思う。
- [知財総合支援窓口]企業の相談に応じていると、先行技術を知らずに開発している技術者や経営者からの相談があったり、開発の話聞いても、開発状況を説明しているだけで技術のポイントが説明できなかつたりといった問題がよく出てくる。ただ、多くの中小企業は、売れ筋の商品を開発するべく、知財をどう取得していくかという意識は総じて高いように感じている。

②海外知財の先行調査

- 米国や中国については、調査会社に依頼して簡易調査をしてもらい、リストをみて、これはというものは翻訳をつけるようにしている。その前の段階では、リストをみながら図面を見比べてチェックし、最低限の内容を確認してから、個別に翻訳を依頼している。
- 海外調査については、弁理士事務所にお任せしている。
- 当社では、海外調査は経験がほとんどない。
- パテントマップをつくりたいと思って、知財担当で海外調査をすることはある。ヨーロッパ特許庁のエスパスネットを使って、キーワード検索している。

【第2グループ】

塾生によるまとめ

- ◎ まず、発明の掘り起こしについては、プロジェクトや設計の途中で知財について話し合う関所のようなものを設けることで、早い段階での掘り起こしが期待できるという才川先生のアドバイスをいただいた。また、知財担当者が開発者などの現場に行くという意見があり、この点については、現場とのコミュニケーションも向上し、技術の勉強にもなるので良いというアドバイスをいただいた。
- ◎ この他には、年間の出願件数を定める、時間をかけて知財の重要性を説きながら意識改革に取り組む、新入社員の研究の段階でIPDLを使って好きなように遊んでもらうなどして知財を身近に感じてもらうようにするなど、様々な意見が見られた。
- ◎ 海外知財調査については、あまり意見は出なかったが、権利侵害調査については、弁理士よりも弁護士に依頼するのがよいが、最終判断まで引き受ける人は少ないというアドバイスをいただいた。先行調査では、エスパスネットやWIPOを活用し、自社でやると良いという意見があった。

意見例

①社内の発明の掘り起こしの手法・工夫

- 技術開発が知財に関心を持ってもらえるよう、外部の専門家に説明してもらったり、技術開発の早い段階で担当者に「これは特許性があるんじゃないの？」と聞いたり、年間の出願件数の目標値を掲げたりするなど、様々に取り組んでいる。その結果、少しずつは意識改革につながっているが、一部の部門に限られている。もっと全社的に意識改革できないかという悩みは残っている。
- 若い研究者を中心にIPDLの研修会を開催している。自社製品ではなく、発泡酒で調べてみてよと遊び感覚で指示すると、進んで調査に取り組んでいた。研究者には、もっと知財を身近に感じてほしいのだが、知財はハードルが高いという意識を持つ人が多いと感じている。
- 現場の人のところへ小まめに足を運ぶようにしている。訪問してお話ししているうちに、「こんなことができそう」「その件は〇〇先生に話してみよう」と、新たな取組につながることもある。
[才川先生]現場に足を運ぶのは非常に良いことだ。私自身、入社当初より知財部員だったので、若い頃は足繁く現場を訪問した。現場に行くと技術の見方や感性がレベルアップするし、逆に、訪問前に当該技術の特許公報を調べて競合他社の先行技術等を持参するなどして、開発者へアドバイスをすることもあった。開発者とのコミュニケーションが活発になる効果もある。そういった取組を通じて、開発者にとって発明のハードルを下げていくことが、知財の掘り起こしには重要だろう。
- 開発部員は、プロジェクトがほぼ完成になってから知財について考えることが多い。そうではなく、もっと前の段階で対処できるよう、うまく教育できないかという悩みがある。
[才川先生]化学系やバイオ系はモノがないので難しいが、プロジェクトの進ちょく状況に応じた関所を設けて、知財があるかどうか、チェックできる体制をつくる必要があるのではないかな。
- 開発のリーダーが「手間がかかる」と嫌がるので、現場に入りづらいのが当社の現状である。
[才川先生]現場に入り込みやすくなるようなコミュニケーション・ツールを持つと良いだろう。例えば簡易なアイデアシートを出しておき、研究者に書いてもらうようにすれば、「これは何？」と聞きに行くことができる。それもガチガチな運用にせず、できるだけ柔軟な運用を心掛けてほしい。

②海外知財の先行調査

- [知財総合支援窓口]ヨーロッパ特許庁のエスパスネットは無料であり、なおかつ日本語で対応している。また、エスパスネットは技術のファミリーが見られるのが良い。権利侵害しているかどうかは調査会社に、先行技術調査は自社で、と言った方で使い分けをすると良いのではないかな。
- [才川先生]権利侵害しているかどうかの判断は、基本的には権利範囲を中心に行う。侵害しているかどうかの判断を行う調査会社はほとんどない。侵害しているかどうかの判断は、技術に詳しい弁護士に相談すべき。弁護士には判例を見ながら判断した内容を言ってもらえる。しかし、白黒は本当に付けづらい。また、有力な弁護士の事務所には、技術に詳しい有力な弁理士が在籍している。

【第3グループ】

塾生によるまとめ

- ◎ まず、発明の掘り起こしについては、独自に市場調査を行い分析する、展示会などで入手した情報を社内分析した上で外注調査を行い新たな発明を掘り起こしている、開発会議に知財担当者が参加する中で技術者からの求めに応じて知財担当者が調査を行うなどの取組例があげられた。
- ◎ また、開発においては、その会社の従来使用されている商品・製品に限らず、違う使い方の開発を行うことも会社にとって発展性があるのではないかとアドバイスをいただいた。
- ◎ 海外知財の調査については、まず、活用しているデータベースとして、特許や商標で有料のものを活用しているという意見があった。また、有料データベースで意匠調査をしているが、一部の国のみしか調査できないのが難点だという意見もあった。

意見例

①社内の発明の掘り起こしの手法・工夫

- 市場調査を目的として商品にアンケートを付けており、回収できた意見を開発に反映させている。また、日本各地で実演販売を行い、展示会にも出展している。それらの情報から、こういった客がこういった用途で商品を使うのかを把握し、外注調査も含めてデータベース化している。
[平松先生]市場からの情報を受けることは重要であり、その後、その情報を社内で一定の方向性にまで持っていくことはさらに重要である。取組の中で苦労していることはあるか。
- アンケートの中で使える情報は1%に満たない。そこから更に、ユーザーが本当に欲しがっている情報かどうかを判断する。明確にするには、回答者に直接聞くしかないため、その作業が大変だ。
- 当社の知財部は、これまでは開発から言われるがまま出願等の手続きをしてきたが、今年からは知財部から積極的に働きかけていくよう変わりつつある。但し、具体的な取組内容は模索中である。
- 当社では、開発会議に知財のメンバーが参加し、開発内容や特許出願の可否を話し合う機会を月1～2回設けていて、技術者からの求めに応じて知財担当者が調査を行っている。
- 当社は開発メンバーが兼任しており、知財の担当が決まったのが4年ほど前である。当社では、開発している中で、常に特許化できるものは特許化する意識で動いている。
[知財総合支援窓口]新しい商品を出す際に、全社員に商標を募集する会社がある。商標を取ることが目的ではなく、全員で取り組み社員を育てる意識があるようだ。参考になるやり方だと思う。
- 当社は、最近では開発が上手くいっていない。大学との共同研究も行っているが、大学は特許への意識が低く、研究成果の発表や名誉への意識の方が強い印象を受けている。
[平松先生]産学連携について国際的な動向を調べたところ、アメリカの方が日本に比べて大学発の特許収益ははるかに大きいという結果が出た。これは、最初の段階から企業の方が大学へ出向き、大学側をコントロールして、ビジネスをしていこうと持ち掛けているからだと思われる。大学は純粋な知のためにあると言われることもあるが、学問には産業からのフィードバックや新しい知識が必要である。日本人にはそういった視点が足りないように思う。
- 現在、当社の製品を家庭でも取り入れてもらおうという取組を進めつつある。実際に使ってもらって新しい使い方をフィードバックしているので、新たな製品の開発につながると期待している。

②海外知財の先行調査

- 当社では、特許や商標、意匠は社内で有料データベースを活用している。意匠の有料データベースでは、一部の国のみしか調査できないのが難点。また、ある有料データベースでは、各国の商標を一括で調査できるツールがあり、使ってみたいが料金が高い。アジア諸国の一国の商標権を侵害してもそれほど大きな問題にならないのではないかと思うので、活用するのを躊躇している。
[平松先生]アジアでも知財マインドは高まっているので、注力する方が良さだろう。
- 長年使っている商標について、エスパスネットや有料データベースで定期的に侵害調査をしている。
- 当社では、全世界を対象に商標ウォッチを外注している。

【コーディネータ・講師からのご意見】

<平松先生>

どうもお疲れ様でした。参考になる発表があり、有益な議論ができたと思います。

現在、大学では特許の明細書を読む講義を担当している。題材の1つであるティッシュボックスの特許では、いかに力を入れずにエレガントにつぶし、捨てられるかという技術であり、「こんなことまで特許にする国が他にあるのか」と、日本企業における改善努力の素晴らしさを痛感している。

日本人は質の高い教育を受けて、技術改善を進めてきた。ここは日本の強みだと思うので、それぞれの企業においても、よりよい製品やサービスを目指し、ビジョンを持って頑張っていただきたい。

<才川先生>

今日は、活発な議論を有難うございました。

今回のテーマは結論を出すのは難しかったが、それも一つの答えだと言えるだろう。ただ、ディスカッションを通じて、その手もあったかと気づきを得ることは、知財塾の場でなければ入手できない。

但し、その情報を悪用しないほしい。自分たちの会社でどう使えるか、自分たちの会社で発展させていく。これは皆さんの努力だと思われる。

ぜひ、こういう機会を通じて、いろんな意味での学びと情報交換、交流を深めていただきたい。

<香月氏>

本日は有難うございました。

今日の事例発表は、自分も持っている製品があり、身近なお話だった。

グループディスカッションにも楽しく参加し、実務上でも参考になることがあった。発掘発明のためのブレインストーミングなど、参考にして取り入れたいと思った。

<塾生>

有難うございました。

香月さんより、産学連携では、具体的なイメージ、夢を持つのが成功の秘訣だというお話があったが、当社での共同開発の成功事例を振り返っても、確かにそうだと共感した。企業として社会への貢献を目標としているので、手を組み合えると改めて感じた。

海外出願の調査は難しいと議論を通じてあらためて実感した。実践している他社の事例もあったので、社内に持ち帰り、今後どうしていくかを検討していきたい。

以上