

■ 平成 28 年度「近畿知財塾（第 6 期）」 企画検討会合

次第

1. 主催による開会あいさつ、今年度の実施概要・趣旨説明、事務局の紹介
2. ファシリテータによるあいさつ
3. 塾生の自己紹介（所属企業の概要及び知財の取組、課題、受講にあたっての目標等）、
ファシリテータのコメント
4. 通常会合 3 回のテーマについて
 - ・ 開催スケジュールに説明、事前申込票におけるアンケート結果の報告
 - ・ 通常会合 3 回に関するディスカッション

通常会合 3 回に関するディスカッション（通常会合で取り上げたいテーマ）

①ブランド戦略

- 商標登録によるブランド効果を実感しているが、ブランディングによる効果を 更に学びたい。
- ブランド戦略構築が課題。ブランドは商標だけではないものだと実感している。もっと 当社製品が「良いもの」として認められたい。また、認知度が高まると模倣の懸念もあるので、その対応策も取り組みたい。
- 当社製品の ブランド化は国内では成功しているが、海外、特にヨーロッパでは機能面はほめてもらえるものの、商品は浸透しておらず、海外でのブランディングは難しい。
- 当社製品の登録商標は日本の業界では認知度は高いが、海外では業界においても認知度が低い。
- 当社オリジナル製品の 登録商標は日本では問題ないが、海外企業が同様の名称で世界各国に商標登録しているため、海外ではほとんど使えず、既に商標を刻印している製品については刻印の消去等の対応に苦心している。

②権利化、秘匿化（ノウハウ）の選別

- 製法特許を模倣されたことがあり、その際、どこまで模倣を立証できるのかが極めて難しいことを実感した。
- 特許にするかノウハウにするか、さらには実用新案にするかなど、どのように線引き・棲み分けすべきか本当に悩ましい。
- 当社のシステムを模倣したシステムを販売されたため、あわてて弁理士に相談したところ、商標を取得しているかを問われることで知財の重要性に気付いた経験がある。そのことから、社内では 主に商標について注力していく意向がある。

③知財管理（知財教育、人材育成なども含め）

知財管理体制

- 研究所における研究開発の取組強化にともない、知財活動についても組織的に取り組めるよう、検討を始めている。知財についてみんなで取り組める体制を整備したい。
- 知財の掘り起こしと他社知財の情報共有を会社全体で取り組めるようにすることが課題で、もっと出願を活性化させたい。
- 現在、研究開発の担当者のうち 6 名が知財担当者を兼務し、知財権の管理や他社特許のモニタリング、また知財に関する会議等に取り組んでいる。大手企業の取組と同等に対応できる訳ではないが、会社全体でうまく取り組めるような工夫を知財塾で他社の取組も含めて学んでいきたい。

- 知財管理が場当たりのようになっており、細かく取り組むものもあれば、スポットと抜けることもある。もっとルーティンとして取り組める仕組みや動きを作っていきたいので、事例などを学びたい。
- 知財の管理が課題。研究開発担当が知財業務を兼務し、そこに集中して取り組んでいるが、将来的には 会社全体で知財業務に取り組める体制を作っていきたい。
- 受託業者のため社名が出ることはなく、特許調査はクライアント任せにしてきた。しかし、最近、立ち上げた自社プロジェクトをさらに展開するべく、自社で知財の出願・活用なども進めていく方針を立てている。

知財教育・人材育成

- まずは 企画部署の人材の意識啓発 に取り組むたい。経営層の多くは技術者出身のため知財の知識はある程度あるので、企画や営業に対する知財の意識付けに取り組むたい。
- 商社のため、営業担当の発言力が強く、開発すると売り込みを急かされるが、知財に対する意識が高くないため、営業担当への意識啓発が必要と感じている。
- 開発以外に社長をはじめ取締役等も参加する会議が週1回あり、商品について説明して商品化についても検討するが、取締役の中では知財についてピンと来ていない人もいるように感じている。また、知財に関する人材育成は社内勉強会の中で今後行う予定だが、社内でも知財に関する知識レベルがまちまちで、どのように教育すればよいのか、悩ましく思っている。
- 知財に対する意識が高く、パート等を含めて 30人程度の会社であるが、そのうちの17人が知財管理技能検定3級ないし2級を取得している
- 専任の知財担当者が1名在籍し、企業全体の知財意識の向上に取り組んでおり、研究者には知財管理技能検定3級の取得を提唱している。

効果的な権利化の手法

- 最近、他社が部品の使い方にまで踏み込んで権利を押しさえられる動きがある。当社は製品ばかりに気を取られていて、顧客がどう活用しているかまではあまり気にしていない状況なので、そういう面も含めた「標準化」にも配慮して取り組めるようにしたい。
- 物の特許として押しさえられているのに、明細書には様々な用途で応用できるとして権利化される傾向がある。つい最近、他社の明細書を見て悩ましく思うことがあった。
- ある部品について、海外で特許として権利化できそうなものが意匠で取られていた経験がある。また、特許は出願後20年が存続期間であるのに対し、意匠は登録後20年であり、意匠の権利の存続期間が若干長いというメリットもある。
- 当社の場合、特許は数多く保有しているが、意匠、商標はほとんどない。もう少し活用を考えなければならぬと思う。
- どういったことが発明であり、逆に発明ではないのかというラインの見極めについて、日々悩ましく感じている。
- 会社としてやっと知財について取り組もうと意欲を持ち始めたところ。社内全体に知財の重要性を広めていきたい

④営業秘密（知財に配慮した契約含め）

- 営業秘密については手付かずで、営業が先走ってしまう傾向がある。全社では取り組めていない。
- 営業秘密についてはほとんど手つかずになっている。
- 契約締結において、相手側からかなり不利な条件を出されていても、何も考えず契約書にハンコを押してきたところがあり、知財や営業秘密などに配慮した契約の仕方を身に着けたい。
- ファブレス企業のため、生産委託先の各工場と秘密保持契約を交わしている。

⑤知財部署とその他部署との連携（社内における知財の掘り起こし含め）

研究開発等との連携

- 開発の人からは、特許など調査の要請があつて初めて開発案件の全容を聞くことが大半である。私1人で知財について対応しているが、私自身は開発畑のものではないので、開発内容への理解が追いついていない。開発とのコミュニケーションをどのように図っていくべきか、事例などで学びたい。
- 新たなシーズ開発が課題。知財担当として研究開発をどのようにサポートできるのかを考えられるようにしたい。
- 今年、新事業開発部の設立と同時に部内に知財部門を設立した。これを機に、知財活動を活発化させていきたいという思いに加え、新事業開発部との連携により、新しい商品開発や事業展開へとうまくもっていくことが当面の課題。
- 研究開発担当と知財担当で話をする中で、あまり話が通じ合っておらず、距離感があるように感じている。研究開発が知財に対する知識不足であることが要因の1つであると思われる。
- 知財担当として、研究開発の担当者に知財の重要性を理解してもらおうべくどのように説明するかについて、日々難しいと感じている。
- 知財の掘り起こしについて取り上げるのが良いと思う。

企業経営と知財管理のあり方

- 知財に対する認識は社内で深まりつつあるが、「会社経営」においてどのように知財に取り組むかという方向付けは不十分だと実感しており、ディスカッションの中でヒントを得たい。
- 知財活動は研究者任せで、それぞれの研究者が直接、弁理士に相談し、個人で出願等を行っている。新分野進出に向けて、知的財産の取組強化を行うだけでなく、企業全体の知財戦略が必要と考えている。
- I o T分野にも進出していきたい。
- I o T等を用いてCAD、CAM等の関連装置との連携により製品開発していくかが事業の課題。

その他

- [費用対効果] 知財活動の費用対効果について学びたい。
- [費用対効果] コストパフォーマンスに配慮した知財活動のあり方を学びたい。
- [特許調査] 特許調査の手法について、上手く調べる方法や、うまく調査できているのかどうかの確認方法等、分からない点が多く、学びたい。

通常会合3回のテーマ設定

- 挙手により取り上げたいテーマを確認したところ、以下のような票数であった。

・ブランド戦略	6票
・権利化、秘匿化（ノウハウ）の選別	6票
・ 知財管理	10票
・ 営業秘密	9票
・ 知財部署とその他部署との連携	11票
- 上記の太字3点を取り上げるテーマとなった。
さらに、「ブランド戦略」は知財戦略に、「権利化、秘匿化（ノウハウ）の選別」は営業秘密に、それぞれ含ませることを確認した。
- その他では、以下について学びたいという意見が見られ、特許管理のテーマで取り上げられるのではないかと。
 - ・知財活動の費用対効果
 - ・弁理士事務所とのつきあい方

【参考】合同会合（海外展開）に関する意見

- 某製品のブランド化は国内では成功している。アメリカについても、現地の販売事情に詳しいコーディネータの協力を得て売込をかけており、それなりに健闘している。しかし、ヨーロッパでは機能面で褒めてもらえるが、商品は浸透していない。海外でのブランディングの難しさを感じている。
- 更に海外展開においては、海外におけるOEM供給や知財調査などに課題があると感じている。
- 当社の製品シリーズの名称は、業界ではよく知られており、商標登録もしている。しかし、商標の威力はそれほどまでには感じていない。また、業界だけを捉えても、国内では認知度が高いものの、海外は認知度が低い。
- 当社オリジナル製品を日本で商標登録しているが、海外では、既に海外企業が同じ名称を世界各国に商標登録済で、海外ではほとんど使えない。実際、商品に刻印した製品名を消去する作業が発生するなど、困った事態も発生している。
- 最近では、台湾や韓国なども少子高齢化が進み、福祉系の製品は海外でも販売できるという見込みがあるため、海外展開を狙っており、海外における知財への配慮を学びたい。
- 金属材料について、研究開発から製造、販売、海外取引などを行っている。また、30か国に特許登録、23か国に商標登録している。英文字やカタカナ表記など様々な表現方法がある中、まだまだ認知度の弱いことが課題であると考えている。

以上