

■ 平成 29 年度 「近畿知 3 財塾（第 7 期）」第 2 回通常会合

次第

1. 開会あいさつ、今年度の趣旨説明、アドバイザーによる話題提供（箱田聖二先生）
2. ゲスト講義「ゲスト講義「社内の知財意識の醸成、知財教育」
丸一株式会社 知財G 係長 瀬川めぐみ氏
株式会社パトライト 商品開発事業本部技術管理部知財・デザイン課 課長 吉川貴之氏
- 休憩（10分） —
3. グループディスカッション
4. その他連絡事項など

当日の様子



瀬川めぐみ氏



吉川貴之氏



箱田聖二先生

アドバイザーによる話題提供

「社内の知財体制構築 —知財教育と連携体制—」

箱田聖二先生 大阪工業大学大学院知的財産研究科教授

自己紹介

私は、1982年に武田薬品へ入社し、当初10年間は中央研究所の醗酵生産物研究所でカビや放線菌などの発酵生産物から薬のseedを探す探索研究していた。研究活動の中で発明を創出し、知財部門と特許出願を検討する機会が増えるようになり、知的財産部の業務に関心を持った。その後、自ら希望して知財部門へ異動した。

知財部門には、20年以上在籍していた。当時の職務内容は、特許出願・権利化、FTO調査（＝特許侵害予防調査：Freedom To Operate）および対策、特許委員会の運営などである。

2013年より、大阪工業大学で教鞭をとっている。

知財活動とその実務

知財活動は、研究・開発から始まって製造、営業・販売という、企業活動のステップに対応した取組がある。

まず、研究・開発の段階では、アイデアから発明の発掘、特許調査・分析、特許の出願・権利化、他社権利の調査・分析・対策、自社のポートフォリオ強化、ノウハウの保護などがある。

製造段階に入ると、製造コストを下げるための実施製造法の改良が主となって来る。

営業・販売の段階では、意匠の出願・権利化、商品名の商標出願・権利化、他社との知財係争・訴訟・交渉などがある。

社内の知財体制構築

社内の知財体制構築には、「知財教育」と「各部門との連携体制の構築」の2点に分けて考えると整理しやすい。

まず、知財教育について、私が所属していた企業では、「レイヤー（所属年次、役職）」と「関係部門」という2つの視点でマトリックス表を作成し、カリキュラムを開発した。レイヤーとしては、新入社員・入社3～5年・課長代理・課長・部長が、関係部門としては、研究開発、製造、営業・販売、管理などがそれぞれあり、関係部門に合った題材を使って知財教育を行っていた。

例えば、営業部門には理解が進みやすいパッケージなど商標を中心に教育を行っていた。その結果、自社商品に近いパッケージが販売されているかどうかという情報は随時入ってくるようになった。長年の教育を通じて、日本だけではなく海外も情報収集できる経路を構築できた。

その他、総務や人事などの管理部門には、職務発明に関する教育が主となる。人事部門には、知財部門と連携し、職務発明制度の考え方の整理やシステム構築が必要になってくる。

次に、各部門との連携体制の構築については、ただ単に「連携しよう」と他部署に働きかけると、業務範囲外の作業を働きかけられたように思われるかもしれない。そこで、連携をすることで自分の部門にどんなメリットがあるか、連携しないことでどんなデメリットが生じるかという、部門にとってのメリット・デメリットを強調して伝えながら、連携体制を構築していくのが望ましい。

社内の知財体制構築についての解決策や特効薬はない。各企業により部門や業務内容が異なるため、各部門にとってのメリットやデメリットを考えながら、知財教育や連携体制を構築していくのが望ましい。これは、私が企業在籍時の取組を通じて実感したことである。

ゲストによる講演－1

丸一株式会社 知財G係長 瀬川めぐみ氏

企業紹介

1946年に創業し、資本金3億円、従業員は210名の中小企業で、事業内容は総合水まわりシステムの研究・開発およびパーツの製造・販売である。主要取引先は、住宅設備メーカーである。

本社は大阪府中央区で、知財部は大阪の本社、開発研究所と工場は三重県にある。福島県にもいわき工場があり、東京にも営業拠点がある。海外拠点として、韓国と中国に関係会社がある。

社是は、「われわれの働きで企業を発展せしめ、われわれの生活を向上させ、よりよい社会をつくらう」。経営理念は、「一に努力、二に協力、全員精鋭主義による販売力強化とモラル（志気・ヤル気）の向上を図り、社の発展と個人の幸福が一致する科学的経営を目指す」であり、研究・開発・提案型企業として、水との暮らしの未来を担う製品を創造している。

主力商品は、キッチン、お風呂、洗面所の排水トラップである。排水トラップは、排水管をU字状に屈曲させ、排水を管体の内部に貯留させることで、下流側から発生する害虫や臭気が室内に逆流しない役割がある。どの家庭にもトラップは設置されている。

その他では、キッチンではゴミカゴやゴミカゴが見えないようにする目隠し蓋、お風呂では毛髪を捕集するヘアキャッチャーや排水口の栓を遠隔的に開閉させるバスポップアップ装置、洗面所では排水口の栓を遠隔操作できるポップアップ装置、ヘアキャッチャーなども主力商品である。

知財グループの体制

現在の知財部門のメンバーは4名である。知財グループで特許も意匠も商標も全て自社で出願できる体制を整えている。侵害調査も知財グループで行っている。

開発メンバーから聞き取りをして発明発掘するだけでなく、知財グループから発明提案を行うこともあるため、技術面での知識が重要になってくる。また、年間の出願件数の目標がある。その目標を達成するため、知財メンバーは知財活動に精進している。

事前に、「明細書の質を上げる取組について教えていただきたい」との質問をいただいた。知財メンバー内で明細書の内容を精査し、意見を出し合うようにしている。例えば、不明瞭な記載がないかなど、自分では気づかないことを別の人に確認してもらうようにしている。

また、弁護士・弁理士など社外専門家に意見をいただくこともある。

開発メンバーにも、特許請求項の範囲の記載内容について確認してもらい、広い範囲での権利取得を技術者の目線で考えてもらう。

意匠出願については、当社製品は使用者の目に触れるものは少なく、意匠出願の重要性は特許よりも低くなっている。その中で、利用者の目に触れやすいもの、または利用者の目に触れない製品であっても形状に工夫がある場合、それぞれ意匠出願を行っている。

経営層が参画する知財活動

過去から現在に至るまでに、知財に関する問題や失敗を多く経験してきたため、経営層は知財に対する問題意識、危機意識が非常に強い。

経営層から、知財グループには広い権利範囲の明細書作成を、開発部門にはより良い研究開発と特許発明を、営業部門には特許製品に付加価値をつけて販売することを、それぞれ指示が出ている。

一方、知財グループから経営層に対して働きかけも行っている。例えば、特許出願の最終決裁は、特許によって弊社の技術の強みを認知してもらうため、必ず社長が下している。また、他社の重要特許が公開になれば経営層へ随時報告し、意識づけを凶っている。

経営層に対し、知財グループは密にコミュニケーションをとっていく必要があると考えている。

開発部門と知財グループとの連携

開発研究所には最新型の機材が導入されており、より正確な製作モデルを作成することができる。また、排水テストや品質テストが行える大型試験場も導入している。

知財グループから開発部門への働きかけとして、毎月1回以上、開発研究所に訪問して開発メンバーと発明発掘の目的で面談している。この面談によって商品開発の進捗状況を聞き取り、その内容から発明の掘り起こしを行っている。

また、発明者毎の出願件数をグラフ化し、全部署にグラフを張り出すことで、特許出願に関する意識づけを行っている。

その他に、発行された他社の特許について内容説明会の開催、開発テーマと期間を設定して発明を提案してもらう特許企画キャンペーンなども行っている。

「研究開発部門の社員はどのくらい知財スキルと持っているか」との質問をいただいている。開発部門は、特許とは何か、意匠とは何か、他社特許を侵害してはいけない、特許出願をすると独占的な権利が付与される、といった基本的な知識を持っている程度であると認識している。

営業部門と知財グループとの連携

より早くお客さまに商品を提案できるようにするため、営業外勤者自らが商品を設計して提案している。営業所在地に商品の試作を作成できる環境を整えている。

知財グループから営業部門への働きかけとして、営業ミーティングに参加し、お客さまへの提案状況の聞き取りを行い、その中で出願できるか、侵害調査の必要はあるかなどを確認している。また、新着他社特許の発表や、開発と同様に発明者ごとの出願件数グラフの見える化も行っている。

入社時の知財教育

新入社員の段階で興味を持ってもらえるよう、入社時に全員に対する教育を行っている。

具体的には、座学と合わせてグループワークを行っており、社員をグループ分けして、実際の商品と特許公報を見比べてどんな内容が書かれているかグループ毎に発表することや、グループで時間内に発明提案をしてもらうことを行っている。

特許公報を実際に読んでもらうものは受講者から好評を得ている。発明提案の中から実際に出願したものはないが、新入社員でも面白い提案をしてくることが多く、発明提案の意識づけにもつながっているのが、有効なカリキュラムだと個人的には思っている。

新入社員からも、「特許は座学ではわかりにくいと思ったが、グループ分けをして発表することで興味を持つことができた」と言う意見があり、効果はあると考えている。

全社に対する働きかけ

全社的には、特許出願時・特許登録時に、発明者に対して職務発明規定にのっとって報奨金が与えられ、全体朝礼時に表彰状を社長名にて授与している。これは、発明提案の意識づけという意味において、一定の効果はあると考えている。

まとめ

知財部は経営層とのコミュニケーションが重要である。知財は経営戦略に直結するため、一方通行のコミュニケーションではなく双方向のコミュニケーションが重要だと考えている。

一定の出願ノルマは必要と考えている。ノルマがあることで、知財部のメンバーが目標を達成するため、自発的にどんな戦略で出願すればよいかを考えるようになるものと個人的には思っている。

開発部門だけではなく、営業部門も巻き込み取り組むべきである。商品販売時には、特許に関することを開発部門だけでお客様に説明するのではなく、営業部門にも特許を知ってもらい、お客様に説明させることは有効だ。

今後の課題として、開発メンバーの中には特許公報が読むのが苦手な人は多数いるので、開発部門自ら技術調査ができる体制に引き上げていきたいと考えている。商品開発の際に侵害の可能性のある特許が見つかり、開発メンバーは目の色が変わり、勉強して知識をつけることは多い。バラバラのレベルを同程度にして、せめて特許調査ができるレベルまで引き上げたいと考えている。

ゲストによる講演－2

株式会社パトライト 商品開発事業本部 技術管理部 吉川貴之氏

企業紹介

パトライトは、昭和22年に大阪で創業し、9月末現在は従業員680名である。本社は大阪市内で、開発と知財は兵庫県三田市、生産は兵庫県の三田工場と、インドネシア工場の2カ所で、マザー工場である三田市工場では幅広いニーズに応える商品を生産、低コストやグローバル販売に応える商品をインドネシアの工場生産している。

企業理念は、「世界中の人たちに安心・安全・楽々をお届けし、社会に貢献します」である。一人で知財業務を担当し、知財についてアドバイスしてもらう人が社内にはいない時期が長かった。その際、どうすべきかを考えるときは企業理念に立ち返り、最も近いものを選択して業務を行っていた。

光・音・文字で情報を表現し、離れた場所へ伝える商品を扱っており、車両関係、半導体、自動車、工作機械、食品、医薬品など、30業界以上のお客様にビジネス展開している。具体的な採用事例としては、駅のホームの黄色い回転灯、AEDに設置されている赤い点滅、乗り越し清算機の動作表示ランプ、エスカレーター等で転落防止の音声を流す装置、コンビニ店舗の緊急警報灯、工場内の機械が正常に動いているかどうかを知らせるLED照明などがあり、特殊な商品が多い。

社内の知財意識を醸成するにあたっての考え方

知財活動を展開する際、事業活動を意識することを念頭に置いている。知財に限らず、事業成功には、利用可能なツールを適切に選択し、活用することが必要だと考えている。

具体的には、「魅力的な市場には競合する第三者が台頭してくる」こと、「お客さまに対し継続的に満足感を与えることができなければ、お客さまは自社顧客から第三者製品・サービスの顧客に移行する」こと、「特許調査等に絡むところで、余分な事業活動の制約は、事業競争力を低下させることにつながる」ことの3点を意識しながら知財活動を行っている。

また、事業成功に必要なものとして、「有用な情報・制度の活用」「優秀な人材の育成」「情報や人材を活用、活躍できる場」の3点と定義し、具体的な施策を実践している。

IPリーダー活動

IPリーダー活動は、社内における知的財産（Intellectual Property）の創出・活用の推進リーダーとして、開発メンバーと知財部門のメンバーで形成されたIPリーダー会があり、各開発部門から1名が出席して月1回定期会合を開いている。会合の中で知財インフラに関する意見交換や、知財関連の懸念事項に関する解決策を検討している。

IPリーダー会は2002年から実施している。IPリーダーのメンバーが2～3年で入れ替わる中で、メンバーの知識や意識の底上げ、特許検索システムの選定、運用、特許調査を定期的に行っていくにあたっての調査項目の検討などを行っている。

今年から、各職種・階層に合った年間の知財研修の企画と教材づくりに取り組んでいる。IPリーダーのメンバーがテキスト作成も担当しており、作成する中で、知識をつけてもらうとともに、意識も持ってもらうことを狙っている。

知的財産情報展開

月に1回、商品開発事業本部内の全メンバーが出席する本部会議を開催している。その中で、知財に関わる情報展開を、発明・発明補償と合わせて行ってきた。

情報展開は、特許・意匠・商標に関すること、契約に関すること、自社権利、他社の重要な権利をトピック的に解説したり、パテントマップを解釈しながら説明したりして進めている。

内容は、知財部門が知ってもらいたいことを伝えるというより、相手が知りたいことに着目して、話をするようにしている。

知財周辺分野での運用ルールの策定と展開

海外の子会社やその代理店が、当社のロゴを変形させたり、色を変えたりしていたので、経営企画部門、マーケティング部門、海外の事業部門、生産部門それぞれから実務者が参加・協議して、商標を正しく使用してもらうためのロゴマニュアルを策定した。

国内仕様和文版、グローバル仕様英文版を作成し、改訂しながら運用している。

知的財産デザインレビュー

開発ステップの中で、開発してから販売するまでの間に「知的財産デザインレビュー」のステップを設けており、ここでOKをもらわないと出荷承認ができない仕組みにしている。

ここでは、売れるチャンスが増えないし売れないリスクの削減などを検討する。高品質・高利益率の商品開発を志向していても、実際にその方向性で利益が出せるかどうか。3～5年後には模倣品が出てくるかもしれないので、投資回収、利益確保も含めた上で懸念事項の軽減を図っている。

事前質問への回答

「知財を取得するが、その知財を戦略として使うという思考が不足している。どうすれば、知財の重要性を社内に浸透させられるか」という質問について。この点については、知財管理や権利取得の視点よりも事業の視点で知財について話すよう心がけている。

例えば、社長と役員が集まる事業戦略会議では、知財の活用状況等を報告した上で、「この製品や技術はA国では権利化するが、投資対効果が得られないB国では出願しない」などと宣言している。

「特許・意匠の活用に対する方針」という質問について。商品、事業の特性によって、特許を重点的にするのか、意匠を重点的にするのか。あるいは知財ミックスとするかなども含めて検討し取り組んでいる。また、商標も取っている。特許や意匠の期限が切れた後は保護できなくなるが、商標は権利更新できる。それぞれの商品・事業に合った知財は何かを考えながら権利化している。

「意匠の類似判断を自社で行っていると思うが、類似範囲の方針について教えてほしい」という質問について。自社の商品をリリースした際に、模倣品を出されるとビジネスとしてどこまで問題になるかを考えて出願する。

「出願を行うか行わないか、いくらまで投資できるか、どんな判断基準か」という質問について。まず、出願を行うか行わないかについては、権利取得することで、後から参入してくる者にとって脅威となるか、自社のビジネスを守るための障壁として形成できるのかを考えて取り組んでいる。

また、いくらまで投資できるかについては、実施する事業について、仮想的に5年後10年後の売上や利益などの販売計画を立てて、知財部門で投資費用について話し合った上で、社内で投資額についてオーソライズさせるようにしている。

「社内において、知財分野へのモチベーションをどのように維持しているか」という質問について。まず、知財に関心がある社員には新しい情報を展開し、できるだけコミュニケーションをとるようにしている。IPリーダー会には各部門から若手社員が参加してもらうようにしている。若いときに知財を勉強することで、社歴を重ねてから主体的に取り組んでもらえるものと期待している。

先生方からのコメントなど

[箱田先生]

瀬川さんの会社は、社内全体に知的財産の血が巡っている印象を持った。知財の重要性を社員に浸透させるため、知財担当者が活発に活動されていて、よく考えられた仕組みだと感心した。

製品を見れば特許内容が分かる企業の場合、販売や営業、経営の部署にも知財教育が必要になってくる。一方、私がかつて在籍していた医薬品メーカーの場合、製品を見ても特許の内容は分からない。業務内容によって随時変えるという判断は正しいと私は思う。

吉川さんは、知財とビジネスが直結していることを念頭に置き、各部門の方と会話をされているところに感心した。

例えば、ある海外の国でビジネスを検討する際、製品を販売して得られる利益と、知財関連の経費とを比べ、その大小で出願の可否は異なる。知財とビジネスの相関性が理解できるように教育すると、社員は知財を知ることが自分の部門にメリットとなると感じられるのではないかと感じた。

[小倉先生]

企業において、知財担当者が経営層とガッチリ手を組みながら知財活動を進めていけると理想的であるが、実際のところ、製造や販売が表方で知財は裏方、という企業が今でも多い。

15年前は知財があまり目立たない存在だったが、昨今では知財の重要性がメディアでも多く取り上げられるようになった。しかし、企業の社員1人1人にもその重要性が浸透しているかについては、これまでに行ったディスカッションの中では「まだ難しい」という意見が多かったように思う。

瀬川さんのお話を聞いて、よく頑張っていると感心した。特に、知財部門が年間の出願目標を持ち、社内で発明を発掘する活動が立派だと思った。

吉川さんは、年間の知財関連の教育プログラムとして、かなりレベルの高い教育をされているという印象を持った。

ディスカッション

発明発掘に向けた聞き取り作業について

○ (瀬川氏に対して) 知財部が開発担当に対し、どのように発明について聞き取っているのか。

[瀬川氏] 商品の企画段階や開発の進捗状況を確認する際に、発明の有無についても聞き取るようにしている。

○ (瀬川氏に対して) 発明発掘の取組は、定例的に行っているのか。また、知財担当者は営業担当者にどんなことを話しているのか。

[瀬川氏] 工場を月1回訪問し、各担当1人ずつに現状を聞き取っている。

また、営業に対し、製品のPRになると思われる自社の知的財産について説明する。一方、他社の重要な知的財産についても内容を説明している。

社員への知財教育について

○ 入社時からの教育のマトリックスをどうやってつくとよいか。

[箱田先生] 入社時、係長や課長昇進時など、人事のタイミングを横軸とし、事業部門を縦軸としてカリキュラムを作成するのが良い。その他に、入社してから3年、5年、10年など、キリが良い年数別にも作るとよいだろう。

[小倉先生] 社長への知財教育については、どう考えるか。

[箱田先生] 社長と知財との距離感により異なり、遠ければ部門長である知財部長が、近ければ知財担当者が直接、業務報告等を通じて知財教育を行えば良い。社長に知財について話しかける機会を持つことが重要だ。

○ (瀬川氏に対して) 新人向け社内教育は、どんなカリキュラムなのか。

[瀬川氏] 1日集中型。座学とグループワークをそれぞれ4時間ほど。グループワークは効果的であるが、最低限の座学も必要だと思う。

[小倉先生] 新入社員向けの知財教育を行っているところは挙手してほしい。(参加者の約半分が挙手) 半分くらいしかやっていないようだが、半日ぐらいは実施するようにしてほしい。

○ 従来の新入社員教育は、慣例的な内容を3日間行っていた。今後、知財に関するカリキュラムを組み入れたいと思う。

○ 社内の知財教育があまりできていない。以前、営業主導で製品開発をしたことがあり、知財についてきちんと検討しないまま、サンプルを作ってクライアントに渡してしまったため、途中で取組を中断させたことがある。

[小倉先生] 事業を進めていく中で、IPリーダーが参画できる仕組みがあるとよいのかもしれない。

○ 営業が顧客にした話を元に、特許出願されてしまった経験がある。営業向けに教育が必要と実感している。

[箱田先生] 通勤の際、研究者同士が話した内容から情報が漏れることもあるようだ。研究者にも教育が必要だろう。部門ごとの特性を把握して、教育を考えるべきだ。例えば、生産部門の従業員に対しては、部門長表彰あるいは知財部長表彰などのインセンティブのある改善提案制度を通じて知財への関心を高めていく施策が挙げられる。

[吉川氏] 営業には秘密保持契約を中心に伝え、細かい話しはあまりしない。関心を持ってもらえる話から入っていくと、伝わりやすい。

[小倉先生] 営業版の「ヒヤリハット」ツールが必要なのかもしれない。

○ 知財業務については、親会社の法務部門に頼ってしまう傾向がある。もう少し主体的に取り組めるようにしていきたいと思っている。

[小倉先生] 例えば、出願する際にまずは社内で出願意思についての合意形成を固めてから親会社に出願の可否を問う、という新たな流れをつくりだしてもよいだろう。

- 私自身は人材教育の担当でもあるので、特許を出願する際、社員への知財教育も合わせて行う取組ができるとよさそうだった。

開発担当や営業担当への知財情報の提供方法

- (瀬川氏に対して) 開発担当に対し、競合他社の知財に関する情報提供はどのようにしているか。他部門の社員に対する知財の効果的な伝え方があれば教えてほしい。
[瀬川氏] 様々な取組を実践しているが、「うまく知財部で逃げてほしい」と言われてしまうのが現状だ。絵や実物を用いて、商品のどの部位に知財があるかを開発担当や営業担当に説明している。
- 商標の侵害調査について、企画担当者から何度も同じようなネーミング案が出され、知財担当者が調べた上で「他社が既に登録しているのでこの商標は使えない」と結果を伝えることを繰り返している。企画部門に対し、うまく説明する方法があれば教えてほしい。
[吉川氏] 商標権うんぬんを説明するのではなく、「他社から同じようなものが出ている。これでは他社との差別化が図れないがそれでも使いたいのか?」「プロモーションにどれくらい費用をかけるつもりか」と聞けば、企画担当者には訴求できるかもしれない。
- [箱田先生] 企画担当者が、「何故、このネーミング案が使えないのか」の理由を忘れているのも原因の一つと考えられる。従い、「何故、このネーミング案が使えないのか」の理由をネーミング案毎に記載した一覧表を作成し、企画担当者とは共有する事が必要である。
- 事業部門ごとに兼任で知財も担当する開発担当者がいるが、横の繋がりがあまりなく情報共有ができていない。そのため、複数の開発担当者が別々に同じ意匠について別の弁理士と話し合っていた、ということもあった。コミュニケーション不足を感じているので、例えば「みんなが特許情報を見られる」ツールがあれば教えてほしい。
[小倉先生] エクセルの表で、番号や支払期限、関連する商品やその部位などを整理しておくだけでも効果的だろう。
- [吉川氏] そういった表をつくっている。「この領域を狙って商品開発すると良さそう」といったことも記載している。しかし、営業担当者が顧客に話してしまうリスクがあるので全社員に公開していない。アクセス権者を限っている。
- [瀬川氏] (吉川氏と) 同じ対応。「見せてほしい」と言われたら提示するが、基本的に提示しない。特許についても、公開前は整理した表としては見せていない。
- 同様に表を作成し隠すべき所は隠している。しかし、見てもらいたい情報もちゃんと見えていないのが現状である。
[小倉先生] 見てほしい情報をアピールする工夫や、まとまったものを上手く見せる工夫が必要なかもしれない。

「ゼロ知財」でもうまく知財活動を展開させるには

- 「ひとり知財」という言葉があったが、当社の場合は「ゼロ知財」であり、開発担当者が個々に知財について全て対応しなければならないという体制である。そのため「知財が企業経営に直結している」という認識が社内ではあまりない。どうすれば知財活動をうまく展開させることができるのかを模索しているところだ。
[吉川氏] 知財関連の揉め事が出てきた際に、いろいろと体制整備やルールを決めていくというのが一策だろう。その際、「お金」を切り口にして上層部へ知的財産の重要性について訴求するとよいと思う。例えば、海外展開する製品で他社製品を侵害してしまうと、弁護士など経費がとても高額になるので、そうならないための保険として出願等をしっかりしておくべきだ、という話をするとよいだろう。
- 年次予算を決める際に、知財については、予算について話をするだけで知財の重要性などはあまり話し合うことはない。

[吉川氏] 年次予算の際には、お金と知財の関係性などを論理づけて交渉していくのが良いだろう。

また、「知的財産は重要」という意識を持つ味方を周囲に作っていくことも重要だ。

[瀬川氏] 侵害することで、商品形状を変更するだけでなく商品そのものを製造できなくなったというケースはよく聞く。そういう事例を説明した上で、知財について親身になって相談してもらえる外部専門家を含め、仲間づくりが必要なのだと思う。

[小倉先生] 自分自身が知財の重要性を分かっている人、知財マインドを持った人として、上層部へ働きかけていくとよいだろう。知財関連の新たなポジションを社内に設置するのも一策だ。

社員へ知財の重要性を浸透させる手法

○ 知財については社長と弁理士の二人だけで決められており、知財を兼任している我々開発担当者が情報共有できておらず、また社員全体にまで知財の重要性を浸透させるまでにいたっていない。どのように働きかけていくべきなのかを知りたい。

[吉川氏] 例えば、弁理士を講師に迎え、社長も同席してもらって研修会を実施してはどうか。社長、弁理士、社員の三者で知財について話し合える場があると訴求力はあると思う。

○ 吉川氏や瀬川氏のように、経営マインドを持って知財についてお話しするようになれば、周りの人にも理解してもらえるようになるのではないだろうか。

○ 吉川氏の会社では、知財担当者の方が、開発担当よりもパワーバランスとして強そうな印象を受けた。

[吉川氏] パワーバランスは開発や営業の方が強い。ただ、知財担当者から細かく話しかけていくようにしている。そうすることで、「この人はうさ方なので、注意しておこう」というイメージを与えていき、印象を強く持たせるよう工夫している。

[瀬川氏] パワーバランスは当社でも開発や営業の方が強い。場合によっては、経営層に働きかけて、開発や営業へ話しを通すこともしている。

知財担当者が行う仕事

○ 知財担当者の一日の仕事の流れについて、聞いてみたい。

[吉川氏] 年間を通して実施していることとしては、ビジネスの流れ、競争状況の図式化。特許調査や人材教育はスポット的に発生する。また、知財業務は地味な作業が多く、開発担当者のごとく開発の現状などについて話を聞きに行くことはよくある。

月単位では、公報を調べて出願や登録の状況を確認することや、月初に年金等の支払や月特許の維持管理について判断することがあり、半年に1回のペースで審査請求するかどうかを判断している。

[瀬川氏] 特許公報の出る曜日が決まっているので、その日に関連する I P C 等の知的財産を週単位で確認している。

[小倉先生] ルーティンワークは年金管理ぐらいで、あまり決まった作業はないのかもしれない。

明細書を自社で作成できるようになるための訓練

○ 明細書の作成技術について、どのように身につけたのか。

[瀬川氏] 知財部の先輩に育ててもらった。また、自社や他社の明細書を読み込んでいくことも、書き方を身に着けるには良いと思う。

一方、出願はスピードが命であるので、共願時など急を要する場合は弁理士に作成してもらうこともある。

[小倉先生] 業種によって、書きやすいもの、書きにくいものがある。ソフトウェア系、医学系、化学系などは自社で作成するのは難しい。

[箱田先生]いつも同じような書きぶりとなる箇所はパーツ化し、必要に応じて編集して使えば良い。
また、競合他社の特許出願明細書の良い記載の仕方は取り込んで自社明細書の記載を改良する事も必要である。更に言えば、上記の様なパーツや自社明細書の記載の改良点を文書化し、知財担当で共有・更新しながら資産として代々引き継いでいく必要がある。

[吉川氏] 特許庁の助成金を活用して、弁理士に依頼するのも良いだろう。