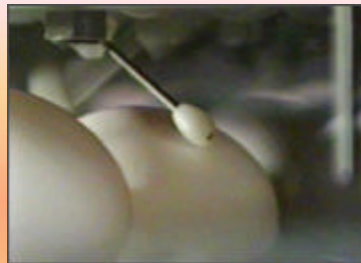
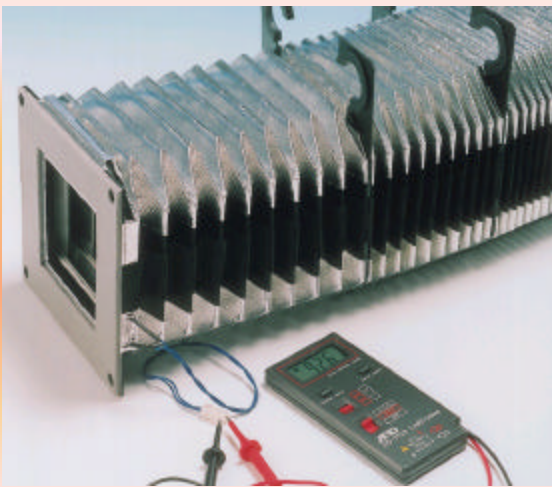


知財の達人に聞く

中堅・中小企業のための

# 知的財産の戦略的活用手法



平成17年3月

財団法人中部産業活性化センター

表紙写真

左上 「レーザー加工機用センサージャバラ」株式会社ナベル（三重県伊賀市）提供

右上 「三次元測定機検証用ツール クォリティーマスター」株式会社浅沼技研（静岡県浜松市）提供

下 「鶏卵用ラベラーおよび『ひび卵』検査装置」株式会社ナベル（京都府長岡京市）提供

## はじめに

ものづくりで発展してきた中部地域もグローバル化はどんどん進んでいます。こうした中、国際競争力確保のため、極めて重要な要素と考えられているのが知的財産権です。国も、知的財産基本法の制定や知的財産推進計画の策定を始めとする知的財産立国をめざした取り組みを進めています。また愛知県も知的財産立県をめざし、指針となる「あいち知的財産創造プラン」を取りまとめました。

行政サイドにおいてこのような動きが出ている一方で、産業界においては、知的財産権に対する十分な認識が不足している企業も少なくありません。知的財産権への認識向上のためのさまざまな取り組みが成されてきましたが、なかなか効果は出ていない状況です。

そこで本レポートでは、知的財産への取り組みとして、どのような視点で何に留意して取り組むべきかなど、知的財産の活用に取り組み成果を上げている企業の方々や専門家にご意見やアドバイスをいただき、「企業が知的財産に取り組む意義」「開発のネタをどうやって見つけるか」「どうやって権利化するか」「権利をどうやって利益に結びつけるか」といった具体的方策についてのポイントを取りまとめました。併せて、知的財産権に関する各種支援制度などを取りまとめました。本レポートが、中小企業をはじめとする中部地域の企業の知的財産活用の一助となり、もって産業活性化に多少なりともお役に立つことができれば幸いと存じます。

本レポートをまとめるにあたり、ヒアリング調査等で多くの企業の方々や専門家にご多大なるご協力を賜りました。この場をお借りして御礼申し上げます。

平成 17 年 3 月

財団法人 中部産業活性化センター

# 本書の目次と構成

## 第1章 企業の成長への鍵、知的財産 ..... 1

「知的財産」への取り組みの重要性が、近年ますます注目されています。「知的財産」の内容、知的財産への取り組みの重要性についてご紹介します。

1. 「知的財産」とは？ ..... 1
2. 知的財産はなぜ重要なのか？ ..... 4

## 第2章 知的財産の戦略的活用手法 ..... 7

知的財産への取り組みには、「創造」「保護」「活用」という3つの局面があります。それぞれの局面において、どのような視点で何に留意して取り組むべきか、知的財産の活用に取り組み、成果を上げている企業・専門家から事例を交えてアドバイスをいただきます。

1. 企業が知的財産に取り組む意義とは？ ..... 8
2. 創造：開発のネタをどうやって見つけるか？ ..... 12
3. 保護：どうやって権利化するか？ ..... 18
4. 活用：権利をどうやって利益に結びつけるか？ ..... 22

## 第3章 達人が語る「我が社の知的財産戦略」 ..... 27

知的財産の活用に取り組み、成果を上げている企業・専門家の事例やアドバイスを個別にご紹介します。

株式会社ワコー（埼玉県上尾市）	代表取締役	岡田和廣さん	27
株式会社エーエス（東京都墨田区）	代表取締役会長	本間三夫さん	29
株式会社大野技術研究所（神奈川県横浜市）	代表取締役	諸橋久雄さん	31
株式会社日平トヤマ（富山県福野町）	技術管理部主幹	田畑 勲さん	33
株式会社浅沼技研（静岡県浜松市）	代表取締役社長	浅沼 進さん	35
株式会社名南製作所（愛知県大府市）	特許室	中林徳郎さん	37
株式会社ナベル（三重県伊賀市）	専務取締役	永井規夫さん	39
株式会社ナベル（京都府長岡京市）	代表取締役	南部邦男さん	41
株式会社美和（広島県広島市）	代表取締役	林 俊臣さん	43

**資料1 「知的財産立国」に向けての行政の動き** ..... 45

知的財産に関する国など行政の施策動向についてご紹介します。

**資料2 知的財産支援制度一覧** ..... 54

行政等公的団体による知的財産関係の支援施策をご紹介します。

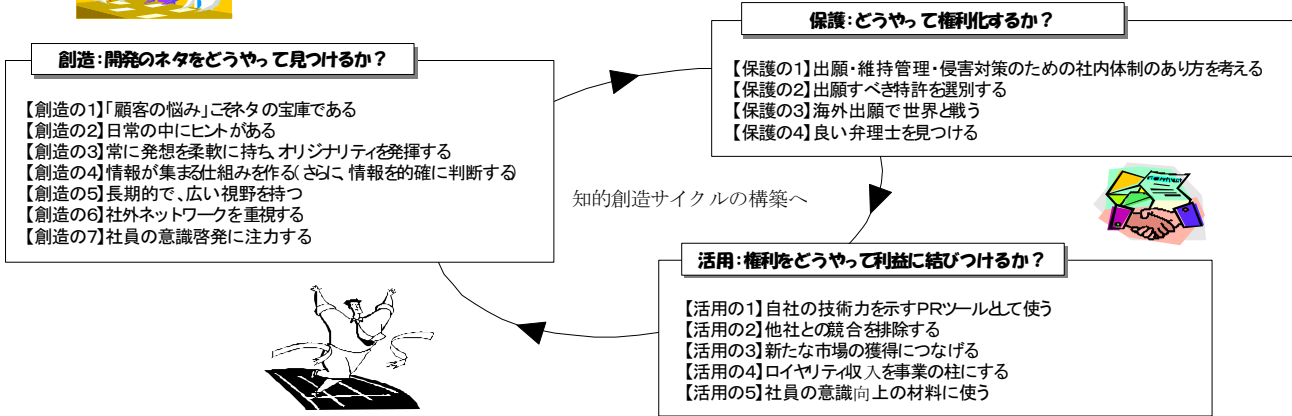
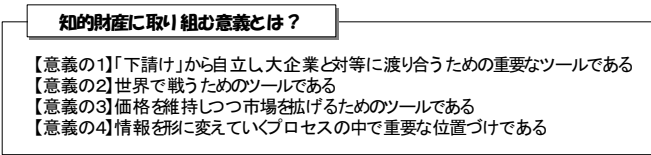
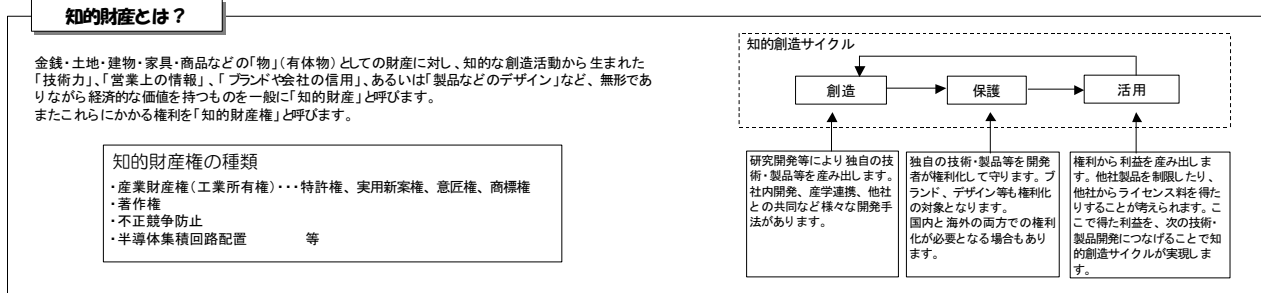
**資料3 知的財産関連団体等一覧** ..... 63

国および中部地域における知的財産関係の各種の窓口をご紹介します。

**資料4 民間支援機関(最近のトピックから)** ..... 66

最近の新聞報道などから、企業の知的財産戦略を支援する民間機関をご紹介します。

## 知的財産の戦略的活用手法(本書1~2章のまとめ)



# 第1章 企業の成長への鍵、知的財産

## 1. 「知的財産」とは？

### ■知的財産とは

財産は、金銭・土地・建物・家具・商品などの「物」（有体物）と考えられがちですが、一方で、知的な創造活動から生まれた「技術力」、「営業上の情報」、「ブランドや会社の信用」、あるいは「製品などのデザイン」など、形のないものにも経済的な価値があります。これらは一般に「知的財産」と呼ばれています。またこれらにかかる権利を「知的財産権」と呼び、特許法など、権利保護等の法律が定められています。

今後、研究開発やブランド、デザイン等が企業や産業の強みとして重要な役割を担っていくなかで、「知的財産」に関する関心が社会的に高まっています。

### ■知的財産（知的財産権）の種類

「知的財産権」としては、知的創造物を保護する「産業財産権（工業所有権）」、「著作権」、「不正競争の防止」、「半導体回路配置利用」等の権利があります。それぞれについて概要を説明いたします。

#### ●産業財産権（従来工業所有権に相当）

ある企業が技術開発などでヒット商品を出したとします。他社は、何の規制もなければこのヒット商品の類似商品を、研究費・市場開拓費等を使わず、安く多量に作ったり、類似のマークなどを使って先発企業の市場を奪い取ることが可能になります。それでは努力した企業の労は報われないので、こうした行為を規制します。保護対象により、次の4つの権利を指します。

- ・特許権：新しく進歩性のある発明を保護します。
- ・実用新案権：形状や構造、組み合わせなどの考案を保護します。
- ・意匠権：製品の形状や模様などのデザインを保護します。
- ・商標権：ブランドロゴやマークを保護します。

## ●著作権（著作隣接権を含む）

著作権における著作とは「思想または感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術または音楽の範囲に属するもの」と規定されており、具体的には小説、音楽、美術、映画、コンピュータ・プログラム等がこれに当たります。著作物の複製、販売、頒布、上映などに権利が設定されており、他人に権利を譲渡したり、利用を許諾したりすることができます。著作隣接権は、著作物を出版、放送、演奏したりして公衆に伝達する人たちを保護する権利です。

## ●その他 不正競争防止上の権利・半導体回路配置利用権等

### ・不正競争防止

他者を妨害したり、欺いたりして、商売上の競争的地位を不正に優位ならしめようとする行為を規制しようとするものです。商品ブランドや形態の模倣、秘密管理されている技術・営業上の有用な情報を不正な手段で取得、使用、開示する行為、原産地を偽って表示すること等が禁止されています。

### ・半導体回路配置利用権

半導体集積回路の回路の配置を指定登録機関に登録することにより保護されます。



◆知的財産権の種類

		保護対象	要件または特性	保護期間	
知的財産権	(工業財産権)	特許	発明と呼ばれる比較的程度の高い新しいアイデアに与えられます。発明には物と方法の2タイプがあります。	①産業上利用できる発明 ②新規性、進歩性のある発明	出願の日から20年 医薬品等については延長できる場合があります
	実用新案	発明ほど高度な物ではなく、言い換えれば小発明と呼ばれる物です。 ※実用新案権は無審査で登録されます。	①物品の形状、構造、組み合わせに関する考案 ②産業上利用できる考案 ③新規性、進歩性のある考案	出願の日から6年	
	意匠	物品の形状、模様など斬新なデザインに対して与えられます。	①物品の形状、模様もしくは色彩またはこれらが結合した意匠 ②美感を起こさせる意匠 ③工業上の利用性、新規性、創作非容易性のある意匠	設定登録の日から15年	
	商標	自分が取り扱う商品またはサービス(役務)と他人が取り扱う商品またはサービス(役務)とを区別するためのマークに与えられます。	①文字、図形、記号、立体的形状 ②商品またはサービスに使用するもの ③識別力を持つもの ④特に他人の登録商標と同一または類似でないもの	設定登録の日から10年 ただし、原則10年ごとに更新できます	
著作権等	著作権	思想または感情を創作的に表現したものの。文学、学術、美術、音楽の範囲に属するものです。コンピュータプログラムも含まれます。	何らの方式を必要とせず、創作と同時に発生する (著作権に関連する実名、創作日等の登録は可能)	原則として 創作から作者の死後50年 法人著作は公表後50年	
	半導体集積回路配置	独自に開発された半導体チップの回路配置。	申請し、登録により発生する	登録日から10年	
	商号	〇〇株式会社 △△有限会社 □□合名会社 ××合資会社 商人が営業上自己の法人格を表示するために用いる名称、社名。	商号登記など	期限なし	
	不正競争の防止	公正な競争秩序を確立するために、著しく類似する名称、デザイン、ロゴマーク、技術上の秘密などの使用を差し止めます。	周知、著名など	期限なし ただし、商品のデッドコピーに対しては、商品販売開始日から3年	
	不正輸入の防止	知的財産権を侵害する物品についての設定や輸入差止め。	関税率法に基づいて、税関長または財務大臣に対して手続を行うことが必要	知的財産権の保護期間に対応	
	商品化権	人気の高いキャラクターと商品とを組合わせてキャラクターを商品化すること。	キャラクターに関連する著作権、意匠権、商標権に基づいて商品化権契約を行なう	知的財産権の保護期間に対応	

日本弁理士会発行「ヒット商品を支えた知的財産権」より

## 2. 知的財産はなぜ重要なのか？

### ■企業活動における知的財産の重要性（失敗事例から）

知的財産は企業経営において大変重要になってきています。知的財産の軽視がこんな事態を招くという失敗例を、知的財産の「創造（つくる）」、「保護（まもる）」、「活用（つかう）」という視点から紹介しましょう。

#### ～知的財産の「創造」軽視による失敗！～

→「創造」のヒントは12ページへ

- ・大手の下請け生産をしてきたが受注が減少した。しかし、特許などで守られた自社の技術にめぼしいものがなかったので、自社の強みがPRできず、新規顧客づくりに失敗した。

**（創造及び権利化の不備）**

- ・ヒット商品技術を発明した社員への処遇を配慮しなかったために他社に引き抜かれた。

**（職務規定や報奨制度の不備）**

#### ～知的財産の「保護」軽視による失敗！～

→「保護」のヒントは18ページへ

- ・大手からの依頼で開発中の装置をサンプル納品したところ、半年後に類似の商品が売り出された。特許を一部取得していたものの、周辺特許を含めた権利化をしていなかったため、権利侵害を主張できなかった。

**（周辺特許取得の不備）**

- ・同様に新たな農産物の開発に成功したが、品種登録をせずに市場に出したら、他社が類似品種を開発、市場に出してきたため、利益を失った。

**（権利化の不備）**

- ・広告代理店から雑誌掲載のイラスト作成を依頼されデジタルデータで納品した。その後、そのイラストは何回も使い回しされているが、使用料等は1回分しか払ってくれない。

**（取引契約における知的財産権の規定不備）**

- ・生産技術に詳しい元従業員が退職し、競合他社の海外現地法人企業に転職する時に大量の生産・設計データなどが流出し、大損害を被った。

**（営業秘密規定に関する規定や管理不備）**

- ・ 自社の製品の魅力アップにつながる大学の研究成果があるものの、経営陣は、技術導入に消極的で自社開発を指示。開発に 3 年の時間を要して市場を失う。

**(知的財産を活用する経営戦略の不足)**

- ・ 自社で持つ得意分野関連の複数の休眠特許について、他社から利用申し込みがあったが、利用料で客観的な合意ができず、検討しているうちに物別れになり、利益獲得の機会を失った。

**(ライセンス等の社内ルールの未整備)**

- ・ 自社で制作したゲームキャラクターがヒット。漫画やアニメから多彩な商品まで、次々と引き合いがあったが、著作権や意匠権、商標権など、複数にまたがる知的財産の管理運用の一本化ができておらず、紛争が絶えず、結局商機を逃した。

**(コンテンツ流通のためのモデルの整備不足)**



## ■企業活動における知的財産の重要性（成功事例から）

知的財産の戦略的な活用によって、成長を実現し、また経営の安定化を図ることも可能です。例えば以下のような成功事例があります。（詳しくは第3章をごらん下さい）

### ～知的財産活用で生き残りに成功～

- ・機械メーカーであるが、生産部門を持たず知財を核とした研究開発に特化している。国内には同業者が5社あったが、現在は3社に淘汰された。開発への不断の努力で生き残っている。

### ～知的財産活用で事業分野を拡大～

- ・ある製品の開発時に得られた技術を権利化し、他の製品開発に応用し事業分野を拡大・転換。カメラ部品から始まって医療機器、さらにはレーザー加工機へと市場を拡大。カメラ関連で60%、医療機器関連80%、レーザー加工機関連95%の国内シェアを達成。
- ・複写機の研究開発で培った光均一化技術を核にして液晶用バックライトに展開し権利化に成功、一時国内シェアを独占。現在は更にその技術を核にシステムLED照明に展開。

### ～知的財産活用で海外や大企業と対等に取り引き～

- ・特許活用で海外と対等な取り引き。米大手自動車メーカーの主力エンジン加工ラインを、国内大手電機メーカーと共同受注に成功。
- ・基本特許の取得でニッチ市場を独占。同業の国内最大手メーカーにもOEM供給。
- ・大手の下請けから脱却すべく世界標準を目指した製品開発に取り組み成功、国内で初の米国NVLAP※を取得し海外展開が進む。
- ・「現在市場にないもので、近い将来大きな市場を形成する商品の開発」を目指し、センサ開発に取り組み世界戦略で権利取得。生産工程を持たず、ロイヤリティ収入が売上70%を超える。
- ・プレス加工による新たな金属接合技術を開発し権利化、それまでの自動車メーカーの下請けから脱却し、国内外の自動車メーカーと対等に取り引き。

※NVLAP：米国標準技術研究所の認定事業者資格である試験所認定プログラム。

国際標準に対応した試験・検査技術保有者であることを示す。



## 第2章 知的財産の戦略的活用手法

第1章では知的財産とは何か、なぜ知的財産への取り組みが企業にとって重要であるかをお示しました。では、企業が知的財産に取り組むにあたって、どのような発想で臨み、またどのような点に留意すれば成果を挙げることができるでしょうか。

ここでは、まず知的財産に取り組む意義について、次に知的創造サイクルの「創造（つくる）」「保護（まもる）」「活用（つかう）」という構成要素に基づき、以下の視点毎にその考え方を探ります。

- ◆創造・・・開発のネタをどうやって見つけるか、また、アイデアをどうやって形にするか
- ◆保護・・・開発した技術や具体化したアイデアをどうやって権利化するか
- ◆活用・・・権利をどうやって利益に結びつけるか

それぞれについて、国内で知的財産への積極的な取り組みにより注目すべき成果を挙げている中堅・中小企業の経営者・担当者や、専門的な知識を持つ有識者の意見を示していきます。

### 【本章でご意見を頂戴している「知財の達人」】

株式会社ワコー（埼玉県上尾市）	代表取締役	岡田和廣さん
株式会社エーエス（東京都墨田区）	代表取締役会長	本間三夫さん
株式会社大野技術研究所（神奈川県横浜市）	代表取締役	諸橋久雄さん
株式会社日平トヤマ（富山県福野町）	技術管理部主幹	田畑 勲さん
株式会社浅沼技研（静岡県浜松市）	代表取締役社長	浅沼 進さん
株式会社名南製作所（愛知県大府市）	特許室	中林徳郎さん
株式会社ナベル（三重県伊賀市）	専務取締役	永井規夫さん
株式会社ナベル（京都府長岡京市）	代表取締役	南部邦男さん
株式会社美和（広島県広島市）	代表取締役	林 俊臣さん

### 【有識者コメント】

稲葉特許商標事務所（愛知県名古屋市） 弁理士 稲葉民安さん

【プロフィール】1960年愛知県常滑市生まれ。1986年弁理士登録。小池国際特許事務所での勤務を経て1990年稲葉特許商標事務所開設（名古屋市）。東海地区の中小企業を中心に多くのクライアントを持つ。著書に「特許で儲かる会社 儲けられない会社」（三水社）。

鈴木総業株式会社（静岡県静岡市） 顧問 中西幹育さん

【プロフィール】1938年山口県生まれ。東洋無線、東京トランジスター工業勤務などを経て、79年鈴木総業に入社、常務取締役、取締役副社長、03年4月より顧問。曲面印刷「キュービックプリンティング」、振動衝撃緩衝材「aGEL」等の世界的なヒット商品・技術を始め、保有する特許数は約800。21世紀の弁理士制度のあり方を考える懇談会委員（特許庁）、産業構造審議会知的財産部会委員（特許庁）等の公職を歴任。静岡大学客員教授。

## 1. 企業が知的財産に取り組む意義とは？

「国が『知的財産立国』を推進するのはいいけれど、企業にとって知的財産に取り組むメリットってなんなの？」「うちは下請けだし特許なんて関係ないよ、とりあえず仕事はあるし」「出願とか維持管理とか面倒そうだし、金もかかりそうだしなあ……。それでも取り組む意義はあるの？」。

知的財産への取り組みは重要、と言われても、なかなか実感がわいてこないですよね。「達人」の皆さんは、知的財産に取り組む意義を、どう認識しているのでしょうか。

### 【意義の1】「下請け」から自立し、大企業と対等に渡り合うための重要なツールである

- ・ 下請けでは仕事がなくなったらそれで終わりです。何か独自性のあるもの、特色のあるものを作らないと将来の保証はありません。「知財に取り組む」ということは、そういうことだと思います。  
(名南製作所 中林さん)
- ・ 知的財産を持っているということは、大企業と対等に渡り合えるということです。基本特許を当社が押さえていることから、同業の国内トップメーカーである〇社も「小型機器ではエーエスにかなわない」と言っており、当社が〇社に対してOEM供給を行っています。ニッチ市場でもトップに立てれば大企業と互することができます。そのためには知的財産の活用は欠かせません。  
(エーエス 本間さん)
- ・ 特許はすべての個人、法人に対して公平性が保たれています。どんな小さな会社の特許でも、大企業が模倣することはできません。日本では「平等はあるが対等はない」と言われますが、特許によって対等を勝ち取ることもできます。当社はファブレスで運営し、大企業に製造・販売を委託し、そのロイヤリティ収入で会社を運営しています。大企業と争わず、お互いに補完しあい、互いのメリットを見いだせる関係を築いていますが、これが可能となるのも特許があるからと理解しています。特許は当社にとって最大の武器であり、また資産でもあります。  
(ワコー 岡田さん)



## 【意義の2】世界で戦うためのツールである

- ・自社の技術や製品を欧米で売っていかうとする場合、世界に対して自社の技術や製品、自社の地位をアピールするためにはどうしたらよいでしょうか。そのツールの一つとして特許があります。特許を持っている、ということは、世界でそれを使える企業は一つしかないということにつながります。知財は世界で戦うための重要なツールであると言えます。

(エーエス 本間さん)

## 【意義の3】価格を維持しつつ市場を拡げるためのツールである

- ・特許は「市場を拡げる」「コストを下げる」「優位な価格設定を可能とする」というメリットを持つツールです。他社が独占している市場への参入も、新たな技術を持ってすれば可能性は出てきます。

また、競合時に特許があるかないかでは大きな違いがあります。自動車関連業務で言うと、発注時にメーカーの仕様が決められているものが大部分です。メーカー仕様に対応して製品を作ろうとした場合、他社権利に抵触せざるを得ないケースもあり、その場合は実施許諾を得て使用料を払うしかありません。当然価格面では権利を持っている企業の方が有利となります。仕様に合った製品である限り、発注側はコストを重視する傾向があるからです。

(日平トヤマ 田畑さん)

## 【意義の4】情報を形に変えていくプロセスの中で重要な位置づけである

- ・与えられた情報を元に関発から製品に至る、すなわち情報を形に変えていく上で知財は重要なプロセスだと思います。国内産業は長い低迷期にありますが、メーカーと物流が無くなることはありません。モノづくりは常に工夫とイノベーションを繰り返していく産業です。イノベーションの成果を知財という形にすることは、企業の成長に必要不可欠です。モノをつくる産業であれば、知財は避けて通れません。権利化することで直接の利益にはつながらないかも知れませんが、権利化に至るプロセス、そのPR効果は大きなものです。

(ナベル (三重) 永井さん)



## 【「意義」についての有識者コメント】

### ◆◇稲葉の目◆◇ 「自立」と「取引先の拡大」のために知財は重要

知財に取り組むか否かは、「収益の向上」という目的を達成するために行う経営者の選択に過ぎません。下請けでも「十分食っていけるから良い」という考え方もあるでしょうし、親会社にも開示していない独自のノウハウが沢山あり、自分が引退した後も会社が続いていくという自信があるならば知財を云々する必要はないでしょう。また、「自立するために独自の技術を」という選択もあれば、「敢えて自立しない」という選択もあります。親会社との関係は、人的なつながりに依る場合もあり、技術力など客観的な「会社の実力」で維持されているケースばかりとは限りません。

しかし、親会社から求められるスピードの向上やコスト削減を達成できない場合は、幾ら人的なつながりが強い場合であったとしても、やがて受注量は減り利益率も悪化する事例が多くあることは、今更ここでご指摘する必要もありませんし、親会社の担当者が代わった場合、主力生産拠点が海外に移転した場合に受注がなくなることも十分ご理解されている筈です。

「下請け」から自立することを経営課題（目標）とするならば、それは新たな「事業」を立ち上げることを意味し、他社の参入障壁を形成する取組み（知財の取得）は不可欠です。しかし、自立するリスクやその可能性の低さ等から「自立しない」選択を採り、「下請け」を継続する場合であっても、実は、知財は有力な武器となりえます。それは、参入障壁の形成という目的ではありません。むしろ、親会社との力関係を背景にした「交渉力の強化」が目的です。親会社との交渉力の強化は、「受注量の確保」とその「利益率の維持」として作用します。知財の取得を前提とした「下請け」であれば、低リスクで（現在の業務を大きく変更することなく、新たな取引先を見つける努力なしに）収益向上に貢献する可能性は高く、さらには、現在の親会社とは異なる会社との取引が始まる可能性だってあるのです。こうした努力の積み重ねが、逆説的ではありますが、やがて「自立」に結びつくことがあることを知って頂きたいと思います。

（弁理士 稲葉さん）

### ◆◇中西の目◆◇ 他社と戦うための武器、人材を活かすツール

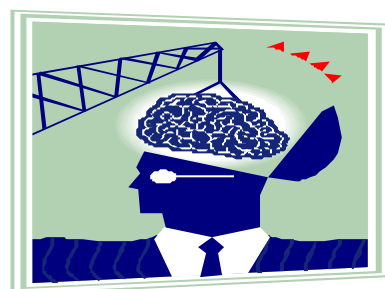
「下請け」も厳しい競争にさらされる時代です。これまでは親会社の言うことを聞いていればビジネスになっていたかも知れませんが、いまや下請け間での競争に勝ち抜く工夫が求められています。しかし、どんなに工夫を凝らしても、その工夫が他社に知られてしまえば差別化にはつながりません。知財は自社の差別化要因を整理し、また差別化要因を守るための重要なツールであると言えます。

目を海外に転じれば、海外と戦う上では知財は法律に守られた唯一の武器に成り得ます。国際社会で勝ち抜くためには知財は極めて重要です。



では、知財の基となるのは何かと言えば、それは人材に他なりません。大企業と中小企業がオープンで対等に戦うための最も重要な資源は人材です。感性と発想力を持った人材の確保が企業の生き残りのためには不可欠です。そして、その人材の感性と発想力を「武器に変える」ことがまさに知財化の意義なのです。

(鈴木総業 中西さん)



## 2. 創造：開発のネタをどうやって見つけるか？

「知的財産の重要性は分かったけれど、我が社の何が知的財産になるの？」「特許になるような製品や技術といっても、どうやってそれを見つけたらいいのかわからない」「アイデアはあるんだけど、どうやったら形にできるか・・・」。

知的財産に取り組む、といっても、自社の利益に結びつく権利化のネタを見つめるのはなかなか大変ですね。「達人」の皆さんは、どうやって開発のアイデアを得ているのでしょうか。

### 【創造の1】「顧客の悩み」こそネタの宝庫である

- ・ 開発に取り組む基本的な発想は「お客さんが困っていること、悩んでいることを解決してあげる」ということからスタートしています。一人のお客さんが困っていることは、その業界のみんなが困っていることである可能性もあります。それを解決する手法・技術を考え出すことが、独自の技術、独占的な利益につながる可能性があるということです。

そのためには、顧客の現場を見ることが重要です。自分が作ったものが客先ではどのように使われているか、そこでさらに解決すべき課題はないかを徹底的に考えることです。

要するに、「人の役に立つ」ということが基本であり、当社の原点です。

(エーエス 本間さん)

- ・ 顧客のニーズや課題、顧客から相談されたことに対し、全力で解決方法を考えるという姿勢を常に社員全員が持つよう徹底しています。これが新しい開発につながっています。

(ナベル (三重) 永井さん)

- ・ 開発はニーズに沿って行うことが基本です。社会が求めるもの、顧客が求めるもの、あるいは困っている問題が、すなわち開発ニーズとなります。それだけではなく、自分が困っていること、例えばコストを削減したいとか、環境対応を迫られているとかいったことも開発ニーズに成りえます。

(美和 林さん)



## 【創造の2】日常の中にヒントがある

・生産に特化している企業でも、製造の中でできる新しい取り組みはあるはずです。例えば、生産の仕組み自体を変えてよりよい製品の製造やコストダウンを達成するなど、簡単ではありませんが発想を変えれば無尽蔵にアイデアが出てきます。新潟県の燕三条で開発されたスプーンの新製品が爆発的に売れたという話を最近耳にしましたが、これ以上変える余地があるのか、というアイテムでもまだ新製品の出てくる可能性があることを示しています。何か改良の余地はないか、これ以上良くはならないか、という意識を持って物事を見ているかどうか。ルーティンワークの中でも改善できる場所は必ずあるはずです。それが第1歩となります。（名南製作所 中林さん）

・世の中には、すごい技術を持っているのにそれに気が付いていないで、当たり前のことと思っている企業が意外に多いものです。ノウハウをこれまでの取引先だけではなく、広く発信してみる必要があるのではないのでしょうか。日常やっていることを第三者に評価してもらうのも一つの方法です。また、自分たちが持っている知恵や、行っている工夫を他の市場に展開できないか、常に考えることが必要です。例えば、コストダウンのために3つ必要だった工程を工夫して1工程にした、というのも十分に特許のネタになる可能性があります。

（エーエス 本間さん）

・結局、本業を極めるということが重要だと思います。本業を極めていくなかで技術や財産は生まれてくるもので、ものづくりをしっかりとやっている会社は、それが特許にならないまでもノウハウをしっかりと持っているはずです。そうしたしっかりしたノウハウが、失敗したときに次につながってくるのだと思います。そのためにも、自分が持っているノウハウの価値を把握することが重要でしょう。把握していなければ親会社や顧客に吸い取られるだけです。ノウハウを意識しているところは強いはずです。地道にやっている中にもネタはありますし、世の中で認知されてから手を付ける、という姿勢では絶対に他を上回ることはできません。

（大野技術研究所 諸橋さん）



### 【創造の3】常に発想を柔軟に持ち、オリジナリティを発揮する

- ・技術常識にとらわれない発想は重要です。思いもよらない組み合わせの中から新しいものが生まれることは珍しくありません。発想は常に柔軟であるべきで、その点では「専門家」は柔軟な発想の障害となる場合もあります。また、失敗を恐れないことも重要です。失敗の経験を必ず次のステップで活かすことができれば、それは意味のある失敗となります。

(名南製作所 中林さん)

- ・開発において他者の真似はしない、という姿勢が重要です。どんなことでも、何か違うやり方があるのではないかと常に考えてみるのが、新たな開発につながっていきます。また、市場の変化の方向を見極め、それに合わせた開発を行っていくことも大切です。これによって、特許取得の効果が最大限に得られる可能性があります。

(ワコー 岡田さん)

### 【創造の4】情報が集まる仕組みを作る（さらに、情報を的確に判断する）

- ・日頃意識しているのは、「マラソンでは先頭を走るランナーは常に新しい風を受けている」ということです。新しい情報、新しいニーズ、解決して欲しいという相談は、まずその業界のトップランナーに持ち込まれるものです。「困ったことがあったらまずナベルに相談しよう」という位置を確保したいと考えています。そのためには、常に業界をリードする新しいものを産みだしていかなければなりません。

(ナベル (三重) 永井さん)

- ・ニーズのないものは開発の対象にはなりません。それではニーズをどうやって見つければ良いのでしょうか。それには、経営者自らが現場に足を付けている、ということと、情報が自然に集まってくるような仕掛けを日頃から行っている、ということが重要です。本来、現場に立って顧客と対峙していれば、顧客の抱える課題は自ずと分かってくるものです。あとはその課題を解決するための努力を惜しまない姿勢があれば良いのです。顧客と筋の通った付き合いをすること、相談すれば解決方法を示してくれる、という信頼関係を築くことができれば、情報は自然に集まってくるようになります。そうでなければ、困っていることをさらけだしてくれるような関係にはなかなかならないでしょう。

(エーエス 本間さん)

- ・常にニーズに沿った開発を行い、結果を出していれば、先方からニーズが持ち込まれてくることもあります。「この会社に持っていけば知恵を出してくれる」と思われることが重要です。

(美和 林さん)

- ・情報を判断する基準として4つのことを常に考えています。一つは「利益性」、その情報が会社の利益につながりうるかどうか。次に「社会性」、社会的に意味があるか、あるいは市場に広がりがあるかどうか。3つ目は「先見性」、新規性と言っても良いですが、世の中に無かった切り口が含まれているかどうか。最後に「人間性」。非人間的であってはいけないということです。

(ナベル (三重) 永井さん)

## 【創造の5】 長期的で、広い視野を持つ

- ・ 中小企業の経営者も、どんどん海外に行って海外の現場、とくに欧米の現場を見てくる必要があります。ただし、商工会議所や業界団体の視察団のような形ではだめで、単独で行って表面だけではなく中身をしっかりと把握すべきです。長期的で、広い視野を中小企業の経営者も持たなければなりません。  
(浅沼技研 浅沼さん)

## 【創造の6】 社外ネットワークを重視する

- ・ シーズ指向でいるうちは、市場に受け入れられる商品を出せるかどうかは賭けに過ぎません。ニーズ指向への転換が必要です。そして、ニーズは人と会うこと、足で稼ぐことによって把握することができます。どんな事業を行う場合でも、人脈やネットワークは極めて重要です。当社でも情報収集は人脈を最大限に活用していますし、試作品の開発にあたっては、CADや設計のできる仲間のネットワークを活用しています。  
(美和 林さん)

## 【創造の7】 社員の意識啓発に注力する

- ・ 知財への取り組みで重要なことは、「他社の侵害をしない」ということと、「自社製品を守る」ということですが、口で言うだけではなかなか浸透していきません。自社の利益に貢献した発明には対価を支払うことや、現実に裁判で和解金を得て利益で示すことで社員に浸透させていこうと考えています。発明報奨制度としては、ライセンス供与したものについてはその利益の一部を還元し、自社で実施したものについてはライセンス供給を想定した対価を、その特許を利用している限り毎年還元することとしています。また、過去に和解金の一部を全社員に還元したことがあります。こうしたことで社員の意識は確実に変化しています。  
(ナベル (京都) 南部さん)



## 【「創造」についての有識者コメント】

### ◆◇稲葉の目◆◇ 顧客が困っていることを解決する努力が重要

重要なことは、人が何で困っているかを見つけ、また解決する努力を怠らないことです。どんな企業でも取引先などから「こんなものがないか」「ここに不具合があるのだが何とかならないか」という相談を受けることは必ずあると思いますが、こうした相談は、「その商品が完成すれば買う！」という表明でもあるのです。たいして考えずに「できません」というのは、最も収益を上げることができる知財を取得できるチャンス、ひいては顧客をみすみす逃すことに等しいと考えるべきです。中小企業、特に「下請け」企業である場合は、親会社からの相談に十分耳を傾けるべきであり、その相談の解決方法に関して知財を取得することが、「受注の確保」と「利益率の向上」に最も貢献することを知るべきです。重要なことは、「顧客」が困っていることです。しかし、えてして「顧客」ではなく、「自分」や顧客以外の「他人」が困っていることを発見し、その解決策に関して知財を取得しようとする場合がありますが、その大部分は利益にはなりません。なぜなら、その商品を自社で製造することはできるかもしれませんが、価格の決定も難しく、隠れた法律や規則による制約の有無も解らず、販売ルートも無い場合が多いからです。つまり、現在の「顧客」に販売できない“新製品”は、たとえ特許権などの知的財産権を取得できたとしても、事業として成立させるためのハードルが極めて高い、ということです。

ところで、こうした「顧客が困っていること」は、社内の誰が何時入手するかは知りません。入手した顧客情報は、社内で開示しなければ開発には結びつきません。したがって、顧客情報（開発のネタ）は、社内で共有化するためのシステム的な社内体制、社員の認識も重要です。社員一人一人が常に「ネタ探し」のアンテナを張っている状態であることが望ましく、言い換えれば、社員一人一人が「もっと相手のお役に立ちたい」と常に考えているかどうか重要です。

（弁理士 稲葉さん）

### ◆◇中西の目◆◇ 情報から市場を見いだすセンスを磨く

市場が何を求めているかという情報（市場のウォンツ）、しかもまだ形になっていない情報をいかに早く掴むかが重要です。市場が、誰が見てもわかる資料にまとめられる状態になっては、もはや情報としては古いものと言えます。

そのためには、信頼しあえるヒューマンネットワークの構築が最も重要で、次にそうしたネットワークを介して集まってくる情報から開発テーマを選択する目を磨くことが重要となります。入ってくる様々な情報、自社の資源、それらを組み合わせる何か差別化できるものを生み出すことができるかを見極める目が求められるということです。

こうして開発テーマを決めることができれば実験→評価を行い、特許出願を済ませた上で市場に出して問いかけるというプロセスを踏むことになります。知財の重要性を認識していれば、こ

のプロセスはごく自然な流れなのですが、多くの中小企業では知財の重要性への認識がないために、これまでチャンスを逃してきたのが実情でしょう。「プロセスイノベーション」と「プロダクトイノベーション」は、どんなに小さな企業でも取り組むことが可能です。従来やっていたことが知財に結びつくということは、いくらでもあるはずですが。この意識が薄いばかりに、日本は世界の加工大国としての地位をみすみす海外に奪われつつあるのです。

確かに情報の中から開発テーマを決めるには感性、センスが必要ですが、それを磨くのはなかなか難しいことですが、いくつか手法はあります。

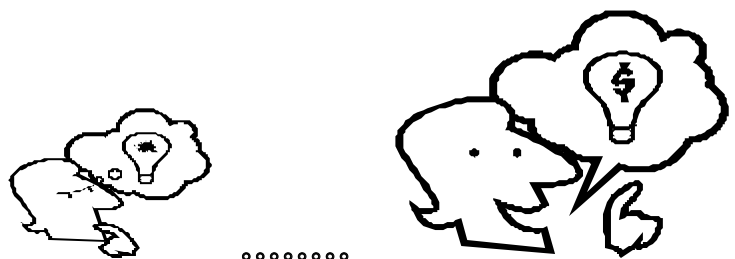
まず、逆境を迎えたときにそこからどうやって抜け出すか。逆境からの脱却を目指すプロセスの中にセンスを磨く、言い換えればノウハウを獲得するチャンスがあります。逆境を迎えた経験のない経営者もいらっしゃるかも知れませんが、「いついつまでにこれを実現する」「何が何でもコストを20%下げる」など、自分で自分を逆境に追い込むやり方もあるはずですが。

また、現実主義、現場主義の発想も重要です。とにかく「やってみる」ということです。頭の中で何度繰り返しても結果には結びつきません。実際にやってみることで初めて問題が明確になり、全体と細部を知ることになります。

そして、いろいろな経験を積み、常に勉強の連続の中で知識を獲得することです。知の世界でも「継続は力」です。そうして得た知識を自らの手で具現化していく中で、論理的な思考能力や問題解決手法が身に付いて来ます。

こうした取り組みは、ビジネスが順調で余裕があるとなかなか手を付けようと思わないものです。しかし、余力のあるうちにこそリスクに挑戦するべきです。追い詰められ、じり貧になった状態では決して正しい判断はできません。

(鈴木総業 中西さん)



### 3. 保護：どうやって権利化するか？

「我が社のオリジナル技術はあるんだけど、権利化は必要？」「出願とか権利取得とか維持管理とか大変な手間がかかりそう。誰にやらせればいいのか」「得意先の指示で開発した技術、共同出願しようって言われたけど気を付けることはないのかな」。

自社で開発した技術や製品は、そのままでは成長のための武器にはなりません。きちんと権利化することが大切です。その際に何に留意すべきか、また、模倣等の侵害対策や維持管理の有効な手法はあるのでしょうか。「達人」の皆さんは、どうお考えでしょうか。

#### 【保護の1】出願・維持管理・侵害対策のための社内体制のあり方を考える

- ・ 知財は新規事業を立ち上げる場合は無視できない要素であり、新規事業立ち上げの際には技術開発と並行して相応の社内体制を確保する必要があります。例えば先行情報などを調べる人材が社内に一人は必要です。その人材は特許情報に関心のある技術者がベストで、技術がわかり、情報もわかり、発明を有効な特許権に仕上げるための目利きができる人である必要があります。いなければ育てるしかありません。秘密保持や機動性・柔軟性の点から、外注では問題があります。当社では、設計でキャリアを積んだ知財担当者が多くなっています。 (日平トヤマ 田畑さん)
- ・ 社内に知財担当者を置く場合、「技術が分かる」ことと「経営が分かる」ことが必要で、また緻密な頭を持つ勉強家であることが望ましいと言えます。現在いなければそういう人材を育てることが必要であり、当社でも担当者を他社や専門家の下に派遣して研修させています。 (エーエス 本間さん)
- ・ 月例で社内特許検討会を開催しており、2004年11月で通算172回となっています。知財担当、開発担当など7～8人で構成された会議であり、申請・保有特許一件毎に履歴を設定し、維持するか、審査請求するか、競合者はいないかどうかの評価を行っています。競合者の有無の検討は、権利消滅前に競合者が現れなければ維持費用さえ払う必要はない、と考えて行っています。特許は飾り物ではないと考えており、こうしたチェックは常に行う必要があります。また、出願に際しては模擬裁判を行って、出願書類の強化につなげています。 (ナベル(京都) 南部さん)



## 【保護の2】出願すべき特許を選別する

- ・特許は審査の際には新規性、進歩性が問われますが、事業を展開する立場からすれば重要なのは市場性です。どんなに素晴らしい特許を取得し製品化しても、最終的な判断は市場に委ねられます。その市場の評価が最も重要であると考え、その点を考慮しながら特許を出願することは難問ですが大切なことです。  
(ワコー 岡田さん)
- ・特許の良い面、悪い面を十分に理解することも必要です。特許申請するということは、ノウハウをオープンにするということであり、注意すべきです。公開してでも権利化すべき部分、権利化は考えずにブラックボックスにしておく部分を選別することも考える必要があります。  
(美和 林さん)
- ・特定の顧客のニーズから生まれた発明についても、権利化は当社単独で行っており、共同出願は基本的にしません。他社にも展開できる余地を確保し、シェアを拡大するためです。我々は、特定メーカーのためでなく、業界のために開発を行っているという意識でいます。  
(ナベル (三重) 永井さん)

## 【保護の3】海外出願で世界と戦う

- ・企業文化の違う欧米と対抗するには、一定で共通のルールに基づいている知財は重要な武器です。知財に関しては企業の売上高も出自も関係ありません。知恵を使って世界と戦うというのは本来日本が得意とすることです。知財を知れば知るほど新たな発見もあるし、世界と戦う自信もついてきます。  
(ナベル (京都) 南部さん)
- ・世界に対して自社の技術や製品、自社の地位をアピールするためにはどうしたら良いでしょうか。そのツールの一つとして特許があります。特許を持っている、ということは、世界でそれを使える企業は社社しかないということにつながります。当社の製品は世界 23 カ国に特許出願を行っています。知財は世界で戦うための重要なツールであると言えます。  
(浅沼技研 浅沼さん)

## 【保護の4】良い弁理士を見つける

- ・実際に知財に取り組む際には、良い弁理士を見つけることが最も大切です。日本中の弁理士と付き合いってきたが、弁理士はピンキリであると言えます。この点では苦労してきましたが、ここ 10 年ほどは名古屋に事務所を構える弁理士を使っています。アドバイスが的確で、自社の事業に係わる専門知識をしっかりと持っている弁理士を確保できるかどうかは重要な要素です。  
(美和 林さん)



## 【「保護」についての有識者コメント】

### ◆ ◇稲葉の目◇◆ 「何を」権利化するか、「誰と」権利化するかが重要

どのように権利化するかは、社内において、その知識と経験があれば社内で、そうでなければ弁理士（特許事務所）に依頼することになります。とりわけ「特許請求の範囲」や「明細書」等、出願書類をどのように記載するかは極めて重要な点であり、記載方法如何により「参入障壁」として、或いは「交渉力の強化」という点で、ビジネス上上手く機能するか否かの明暗を分けることもあります。

しかし、中小企業である場合には、どのように権利化するかを検討する前に、「何を」権利化するのか、場合によっては、「誰と」権利化するかについても重要な問題であると認識すべきです。

まず、「何を」に関しては、自社における“現実の”経営資源や取引先等の環境を踏まえた上で、最も実現可能性（実施可能性）が高いものを優先させるべきだと考えます。その基準は、①自社で製造できるか、②現在の顧客に販売（納入）できるか、です。①と②の条件を両方満たす場合は、権利化のための努力は、むしろ当然のことであり、これらの条件を満たす内容（技術又は発明）が最も収益向上の可能性を持つものと言えます。①の条件を欠く場合でも、②の条件を備えていれば、その逆である場合に比べ、収益向上に貢献する権利化であると言えます。①と②の条件を何れも欠く場合、その技術を権利化する努力は、「新規事業」を行う行為の一環であり、相当なリスクを伴うものとするべきです。また、「製造方法」を中核とした「方法の発明」に関して、特許を取得すべきか否かを検討することも重要です。この基準は、（a）その方法により製造された物がその痕跡を残すか否か、（b）痕跡を残さない場合、取引先にその方法を開示せざるを得ないか否か、（c）取引先が特許権などの知財を尊重するか否か、にあると言えます。勿論、このことは企業の事業形態（不特定企業や消費者に販売される物の製造か、特定企業からの受注生産或いは下請け）にも依ります。（a）の条件を満たす場合には、事業形態に拘らず、「参入障壁」の形成や「交渉力の強化」に貢献するものといえます。痕跡を残さない場合であっても、（b）の基準のように取引先（親会社）に開示せざるを得ない場合には、「ノウハウ」として守ることは無理であり、権利化するべきと考えます。しかし、そうは言っても、（c）のように、親会社はその権利を尊重しない場合には、親会社を訴えることも現実には困難であり、権利化を断念せざるを得ないかも知れません。

次に、「誰と」ですが、単独で開発した（創造した）技術は、（その開発の契機となる情報を他社から入手した場合であっても）単独で権利取得するべきであると考えます。共同で特許を取得した場合には、権利（持分）譲渡やライセンス契約の際に大きな足かせとなるばかりか、共同出願の相手方が親会社である場合には、共同出願の形態を取る動機が受注の確保にあったとしても、実は他の下請け企業に発注することを、その親会社に認めることにもなりかねないからです。

（弁理士 稲葉さん）

## ◆◆中西の目◆◆ 社内で知財担当者の育成を

重要でかつ難しいのは社内で知財担当者を育成することです。社内人材の育成のためには開発部隊のすぐそばに知財担当者を配置して、開発内容を開発者と同等に理解させること、視点・思想を開発者と同等にすることが必要です。実験段階からのコミュニケーションが、その開発案件の価値、本質を見抜く目を育てることとなります。知財は出願書類のたった一つのセンテンスで意味が全く変わってしまう可能性があります。発明者とのコミュニケーションが緊密であれば、この精度を上げることが可能です。

また、知財担当者は文章が書ける能力が必要です。弁理士に一から委ねているとこの能力は向上しませんし、上記のようなコミュニケーションの不備による破綻につながることもあります。例えば、自社のコアな技術につながらない案件は、自社の知財担当者に出願手続の最後までやらせることでトレーニングさせることも一つの方法です。

知財担当者を自社で一から育てることが難しい場合は、中途採用などで一定の水準にある人材を得ることや、社外人材を活用して社内人材を育成することなども考えるべきでしょう。但し、こうした社外人材の活用の際には守秘義務など明確なルールを設けることを忘れてはなりません。

(鈴木総業 中西さん)



## 4. 活用：権利をどうやって利益に結びつけるか？

「特許を取得したけど、これ何か我が社の利益につながっているのかなあ。」

権利化は重要ですが、それだけでは利益につながるとは限りません。そもそも知的財産権が生む利益について、「達人」の皆さんは、どうお考えでしょうか。

### 【活用の1】 自社の技術力を示すPRツールとして使う

- ・ 知財として権利化するという事は、他社との差別化や取引の継続などの意図はありますが、そもそもは新しいものを産んでいくことで市場を開拓したいという動機があり、そのPRのためのツールと考えています。実際、特許で他社を排除した実績は把握しておらず、むしろ新しいものを他社に先駆けて開発したと市場にアピールできるメリットの方が大きいと言えます。  
(ナベル (三重) 永井さん)
- ・ 特許だけでは儲からないが、特許がなければ競争力が発揮できません。特許はコスト、すなわち商品力に直結しますし、開発力に対する信頼性も特許が担保する側面を持っています。我々自身が他社に発注する際でも、特許があるところは信頼しますし、尊重します。  
(日平トヤマ 田畑さん)
- ・ 特許出願の3分の1は海外に対しても行っています。これは、自社技術の優位性を内外にアピールするためでもあります。  
(美和 林さん)

### 【活用の2】 他社との競合を排除する

- ・ 自社でしか製造していない製品は多いのですが、これは権利がこちらにあるから他社が手を出さないのか、別の理由なのかははっきりとは分かりません。しかし、こちらが他社の権利に手を出さないように、他社も手を出さないだろうという思いはあります。特許、知財というのはそういう性格のものではないでしょうか。  
(名南製作所 中林さん)
- ・ ライセンス料収入が得られているものもありますが、特許の一番の意義は他社に競合製品を作らせないということと考えています。  
(日平トヤマ 田畑さん)



### 【活用の3】新たな市場の獲得につなげる

- ・当社にとっては特許は新規事業を支える大きな柱です。事業多角化の一環として取り組んだレーザー加工機や半導体・太陽電池の加工機などへの新たな進出は、先行する企業が既に多くの特許を保有しており、そのために特許対策を講じ、時には相手と係争しなければ事業化は全く考えられないものでした。また、既存事業においても技術に裏付けされた特許なしではじり貧になることは明らかです。  
(日平トヤマ 田畑さん)

### 【活用の4】ロイヤリティ収入を事業の柱にする

- ・新たな市場に対し、特許を活用して全世界を固めることを目標に特許戦略を展開してきました。結果として全世界で140件の特許を取得し、売上の70%をロイヤリティ収入が占めるようになっていきます。  
(ワコー 岡田さん)

### 【活用の5】社員の意識向上の材料に使う

- ・自社特許を侵害された結果得られた和解金の一部を全社員に還元したことが過去にあります。このような「実益」によってもたらされると期待していることは、社員一人一人が知財の大切さ、開発の重要性を認識し、「日常生活で何を見ても仕事に応用できないか考えている」状態を創り出すことです。仮に社員の3分の1が常にそう考えていれば、これは世界一の開発集団になりえます。そのためのツールとしても、知財は活用しようということです。  
(ナベル(京都) 南部さん)



## 【「活用」についての有識者コメント】

### ◆◇稲葉の目◆◇ 戦わずして勝つのが特許のメリットと知るべし

特許を取得することで、実際には儲かっているにもかかわらず、そのことが実感できない場合は多い、というのが実情です。「儲かった」と実感できるのは、例えばライセンス契約で毎月銀行口座に入金されたり、他社に権利侵害されて賠償金が取れたりしたときなどでしょう。しかし、この状態は理想的な状態とは言えません。理想的な状態とは、「戦わずして勝っている」という状態です。この状態は、特許の存在により、それが「参入障壁」として現実に機能している状態であり、「下請け」である場合には、親会社から他社に仕事が流れ受注量が減少することなく、また、相当な利益率を上げている（維持している）場合です。こうした状況である場合は、正に「不戦勝」の状態であると認識すべきです。一般的に、親会社は単一の下請けだけに発注するとコスト高につながるため複数を競合させたがるものです。一方、下請け企業は自社だけに発注してもらいたいと考えます。特許で製品や製造技術が保護されていなければ、競合や親会社自身が他社に発注するケースが発生しますが、特許がある場合は他社への発注を防止できます。こうなれば特許が非常に大きな利益を生んでいると言えるでしょう。

また、開発にあたり、本業と関係のない分野の開発をいきなり行うのは現実的ではなく、自社の環境や資源を活かせることが大事でリスクも少ないと言えます。その点では、取引先が何に困っているかを見つけることが一番重要です。取引先が困っているということは、その同業者も困っているということで、その問題解決と権利化は市場の拡大に直結し、利益を生み出すこととなります。

(弁理士 稲葉さん)

### ◆◇中西の目◆◇ 利益を産み出すという意志を持ち、再投資を目標に

権利化はしたけれど自社で活用しきれていない知財をどう活用するか、悩んでいる企業も多いでしょう。こうした知財の活用には3つの視点・方向があると考えます。

まず第1に、自社で活用できないもので、さらに自社が属する業種の中では活かされない知財の場合、他の業種では活用できないかどうかを考えてみましょう。他業種で活用できそうな場合は公開・流通させるべきです。

第2に、その知財で自社の新しい事業を構築できないか再考していただくことです。今までの事業分野にはなくても、新たに中核事業になる可能性のあるものが何かできないか考えてみましょう。

第3に、他社の持っている知財と組み合わせて新しい事業が創造できないか考えてみましょう。「知財のハイブリッド化」で思わぬ市場が獲得できる可能性があります。

また、知財の公開・流通はできれば自前でやってみるべきです。インターネットの活用など、特許流通に自ら取り組めるツールはあります。自ら知財の公開・流通に取り組む経験は、自社の技術力を認識する上で重要なものです。

知財の活用はすなわち利益を得ることにつながりますが、重要なことはそれによって得た利益を新たな事業創造に再投資することにあります。「利益を得ること」ではなく「再投資すること」をより重要な目標として掲げるべきです。これがまさに知的創造サイクルであり、このサイクルの循環を維持し続けることが企業の成長には不可欠となります。「再投資すること」を目標に持っていれば、何が何でも利益を産み出さなければなりません。知財の有効な活用方法は、そうした発想から生まれてくるものだと思います。

(鈴木総業 中西さん)







## 第3章 達人が語る「我が社の知的財産戦略」

知財は企業戦略上の最大の武器であり、資産である。

(株) ワコー 代表取締役 岡田 和廣さん

——貴社は特許ロイヤリティ収入が売上の大半を占めると伺っています。これまでの事業経緯などを教えて下さい。

電機関連メーカーでマイクロマシニング技術（現在はMEMS技術と呼ばれる）の研究開発に10数年従事していた。当時はこの分野に携わっていたのは国内で数人であった。退職して資本金100万円で会社を設立したのが1988年。当初は喫茶店経営を考えていたが、色々と難しい問題があるとわかり、喫茶店経営を断念し、やはりMEMS分野で勝負することに方針を転換した。このときうち立てた経営方針は、「現在市場にないもので、しかも近い将来に大きな市場を形成するものをやる」というものであった。そのときに注目したものが加速度センサである。当時、米国のエレクトロニクス関係の学会IEEEにおいて、米国のベンチャー企業が1軸の加速度センサを発表し注目されていた。しかし、加速度の検出には1軸だけでは不十分ではないかと考えたとき、X、Y、Z軸の三方向にかかる加速度を検出する3軸加速度センサの可能性が閃いた。MEMS技術と半導体技術の応用で実現は可能であり、この分野で勝負しようと思いついた。

3軸加速度センサが、「現在市場にないもので、近い将来に大きな市場を形成する」という経営方針に合致する商品であることは疑いを持たなかったが、「大きな市場」の形成が明らかになれば大企業が進出してくることも確実である。それに対抗するためには特許で防衛するしかない。そこで、会社設立から5年間は特許出願に専念、その後開発、製造販売というステップを5年刻みで目標設定した。

特許出願に関しては国内のみならず、欧米にも出願し、全世界を固めることに留意した。出願費用には資本金の3倍程度の費用がかかり苦慮したが、この間はMEMSのコンサルティング収入で乗り切っている。結果として全世界で140件の特許を取得し、拒絶されたものは2件だけと、3軸加速度センサが世界初の技術に基づくものだと立証された。現在ではこの3軸加速度センサはロボット犬の姿勢制御、自動車のエアバッグの作動制御、エレベーターの地震検出センサなどに応用されている。

設立以来8年間は一人でやってきたが、特許で足場を固めてからは年に1人ずつ開発スタッフを増強、現在は社員数9人となっている。売上の70%がロイヤリティ収入、残りはコンサルティング収入などであるが、今後は自社でも生産に展開する予定で、他社に許諾しない特許をキープしている。

——貴社の知財戦略、あるいは貴社にとっての知財の位置づけを教えてください。

経営方針として掲げた「現在市場にないもので、近い将来に大きな市場を形成するものをやる」という方針を「待ちの開発」と呼んでいる。注目されていない商品を開発するという事は、先を見越して市場ニーズのタイミングを待つことになるからである。こうした姿勢において、特許で権利が保

護されているということは重要である。特許は審査の際には新規性、進歩性が問われるが、事業を展開する立場からすれば重要なのは市場性である。どんなにすばらしい特許を取得し製品化しても、最終的な判断は市場に委ねられる。その市場の評価が最も重要であると考え、その点を考慮しながら特許を出願することは難問であるが大切なことだ。

また、ベンチャーの場合は「突出しているもの」を最大限に活かす必要がある。これは受け売りだが、物理学者のニールス・ボアは、発明の極意は「ジャイアントの肩に乗ること」だと表現している。この考え方は発明以外にも応用が可能である。大きなもの、この場合は大企業や市場に置き換えて考えてもらいたい、その大きなものから、ちょっと先端に出ることができれば、その企業は市場が無視できない存在になりうる。そのためのツールとして、特許は極めて重要である。

特許はすべての個人、法人に対して公平性が保たれている。どんな小さな会社の特許でも、大企業が模倣することはできない。日本では「平等はあるが対等はない」と言われるが、特許によって対等を勝ち取ることもできる。当社はファブレスで運営し、大企業に製造・販売を委託し、そのロイヤリティ収入で会社を運営している。大企業と争わず、お互いに補完しあい、互いのメリットを見いだせる関係を築いているが、これが可能となるのも特許があるからと理解している。特許は当社にとって最大の武器でもあり、また資産でもある。

——これから知財に取り組もうとする中小企業は、何に留意すべきでしょうか。

まずは開発において他者の真似はしない、という姿勢が重要だろう。どんなことでも、何か違うやり方があるのではないかと常に考えてみることで、新たな開発につながっていく。また、市場の変化の方向を見極め、それに合わせた開発を行っていくことも大切である。これによって、特許取得の効果が最大限に得られる可能性がある。場合によっては、自社の事業の中核に係わる部分については決して他社に許諾しない、という姿勢が必要なこともある。目先の利益を取るか、自社の事業の将来を取るかの重要な選択となる場合も考えられるからである。

特許取得には費用もかかるし、その効果が目に見えるものではない場合もある。「身の丈にあった知財戦略」を考慮すべきであろう。

#### ■会社概要

社名：株式会社 ワコー

代表取締役：岡田 和廣

本社：〒362-0003 埼玉県上尾市菅谷 4-73

創業：1988年(昭和63年)

資本金：3,000万円

従業員数：9名

主要製品：3軸加速度センサ、3軸力覚センサ、3軸角速度センサ、圧力センサ

知的財産を持つことで大企業と対等に渡り合える。会社を維持しようという信念があるなら取り組むべき

(株) エーエス 代表取締役会長 本間 三夫さん

——貴社の業務と知財との関わりについて、まずお話し下さい。

1978年にゴム工業会社から独立し、防振・除振・免震・防音システムの開発を行ってきた。もともとがニッチ市場を狙って始めたもので、現在も防振と防音の両方を手掛けているのは当社だけである。設立当時から、福井県に建設された高速増殖炉「もんじゅ」の免震対策に関与していた。また、国内自動車メーカー各社から、中・大型プレス、振動実験棟の加振機等の防振システムについて種々開発対応し、基幹事業としてきた。免振については設立当初より研究・開発をつづけI社とホストコンピュータの設置フロア免震分野に進出、阪神大震災以降TCR免震装置の特許取得と共に機器免震に特化し、美術館・博物館市場にはじまり、コンピュータサーバラック、戸建住宅、医療用機器 etc に特許原理を水平展開し、新市場をつくり中核事業に発展している。

知的財産を持っているということは、大企業と対等に渡り合えるということである。基本特許を当社が押さえていることから、免震分野の国内トップメーカーであるO社も「小型機器の免震ではエーエスにかなわない」と言っており、当社がO社に対してOEM供給を行っている。ニッチ市場でもトップに立てれば大企業と互することができる。そのためには知的財産の活用は欠かせない。また、大手が商品化するほどのロットのないものが、中小企業にはちょうど良い市場だと言える。

現在でも生産工程は持っていない。研究開発に特化している。

——「研究開発に特化」となりますと、常に新たな開発に取り組み続ける必要があると思いますが、例えば知財につながるような開発の種を、貴社ではどのように見つけているのでしょうか。

ニーズのないものは開発の対象にはならない。それではニーズをどうやって見つけるか。それには、経営者自らが現場に足を付けている、ということと、情報が自然に集まってくるような仕掛けを日頃から行っている、ということが重要だ。本来、現場に立って顧客と対峙していれば、顧客の抱える課題は自ずと分かってくる。あとはその課題を解決するための努力を惜しまない姿勢があれば良い。顧客と筋の通った付き合いをすること、相談すれば解決方法を示してくれる、という信頼関係を築くことができれば、情報は自然に集まってくるようになる。そうでなければ、困っていることをさらけだしてくれるような関係にはなかなかならないだろう。

顧客の現場を見ることも重要である。自分が作ったものが客先ではどのように使われているか、そこでさらに解決すべき課題はないかを徹底的に考えることである。

要するに、「人の役に立つ」ということが基本であり、当社の原点である。

——多くの中小企業では知的財産に取り組むと言っても、何が知財のネタになるかわからない、という声も聞かれます。これから知財に取り組もうとする企業にアドバイスを。

世の中には、すごい技術を持っているのにそれに気が付いていないで、当たり前のこととされている企業が意外と多い。ノウハウをこれまでの取引先だけではなく、広く発信してみる必要があるのではないだろうか。日常やっていることを第三者に評価してもらうのも一つの方法だろう。また、自分たちが持っている知恵や、行っている工夫を他の市場に展開できないか、常に考えることが必要だ。例えば、コストダウンのために3つ必要だった工程を工夫して1工程にした、というのも十分に特許のネタになりうる可能性がある。

他者が持っている特許を使って新製品の開発や新事業への展開を進める手もある。公開特許の活用にはそれを見る目、目利きが必要だが、大手の持っている公開特許など、しっかりした信頼関係を築いていけば特許を見る目がなくても教えてくれることがある。この点でも顧客との信頼関係の構築は重要である。信頼関係を築くには誠実に対応することと、持っている情報を与えることである。もらうばかりではだめ。会社を維持しようという信念があるならば、経営者自らが率先して取り組むべきである。

なお、社内に知財担当者を置く場合、「技術が分かる」と「経営が分かる」ことが必要で、また緻密な頭を持つ勉強家であることが望ましい。現在いなければそういう人材を育てることが必要であり、当社でも担当者を他社や専門家の下に派遣して研修させている。

#### ■会社概要

社名：株式会社 エーエス

代表取締役会長：本間 三夫

代表取締役社長：榎本 孝雄

本社：〒131-0034 東京都墨田区堤通 1-18-26

設立：1978年(昭和53年)5月1日

資本金：5,000万円

- 事業内容：1.防振、除振、免震装置、衝撃防止装置、防音装置、各種空気バネ応用機器の設計、製造ならびに販売
- 2.省力機械、機器、装置の設計、製造ならびに販売
- 3.振動、騒音の測定、解析業務
- 4.上記各号に附帯する一切の業務

本業を地道に極めていく中で財産となる技術は生まれる。

(株) 大野技術研究所 代表取締役 諸橋 久雄さん

——貴社の業務と知財との関わりについて、まずお話し下さい。

1971年にリコーの研究所副所長だった創業者が設立。当初はリコーを中心に複写機関連の研究開発を受託で行っていた。設立直後に派生して特許取得していた害虫捕獲駆除法がアース製薬により実施され、「ゴキブリホイホイ」の商品名でヒットするという幸運に恵まれたが、本業の複写技術では画期的な技術を開発し権利化するも製品化に苦戦が続いていた。例えばインクジェット方式での複写印刷法や、複写技術に必要なコロナ放電を応用した静電吸着式の空気清浄機など、何社かにライセンス供与は行ったが先方が中小企業だったこともあり製品はあまり売れなかった。ポータブル複写機はシアーズ・ローバックなどから引き合いもあったが、サプライ供給に問題があり頓挫している。

一方でポータブル複写機の開発過程で獲得した光均一化技術が、80年代に入ると液晶の普及で市場が広がってきた。ワープロの大画面化に伴い、関連企業が液晶用バックライトのシェアを独占した時期もあり、90年前後に企業としてはピークを迎えた。その後は液晶市場が薄型に向かい、当社のバックライト方式が薄型には適応できなかったこと、大量生産には不向きだったことから業績は低下する。

この時点で量の世界には太刀打ちできないと判断し、少量生産でも付加価値を得られるデザインの世界にシフトした。マイクロラック技術を応用したシステムLED照明が現在中心的な事業に成長しつつある。LEDとアクリルを組み合わせ、当社の光均一化技術により少ない光量で広い範囲を照らすことも可能なことから、室内調光やビルの外壁・ファサードのコンピュータ制御による調光システムの納入実績が増えている。LEDは現在注目が高く、使いたいユーザが多いことから更なる成長を期待しているところである。

その他の製品としては、光均一度を図る測定器、空気の清浄度合いを測る測定器がある。前者は当社の光均一技術の精度をユーザに示すために開発したもので、本来製品化を狙ったものではないが、現在では業界標準の測定器となっている。また、後者もやはり当社の空気清浄機の販促ツールとして開発したものであるが、こちらも小中学校の環境教育に活用されている。

——お話を伺うと、失敗や挫折の中から次々と新しい事業の種を見つけて来られたように感じます。

企業が生き残るためには前に進むしかないし、持っている技術やノウハウの延長線上でなんとか道を切り開いていこうという一種のしつこさを持っていたことが次につながっているのだと思う。実際は、最初に狙った製品ではなく派生して生まれたものばかりがビジネスになっている。運が良かっただけでも言えるが、運をつかまえるだけの下地がないとつかまえられない。

結局、本業を極めるということが重要だと思う。本業を極めていくなかで技術や財産は生まれてくるもので、ものづくりをしっかりとやっている会社は、それが特許にならないまでもノウハウをしっかりと持っているはずだ。そうしたしっかりしたノウハウが、失敗したときに次につながってくるのだと思う。例えば、当社でも複写機をしっかりとやってきたから、トナーの吸着技術が埃の吸着に応用でき、空気清浄機の開発につながった。

——創業時から知的財産については戦略的な活用をされており、それが新しい事業に取り組む下地にもなってきたようですが、日常の中でそうした知的財産につながる種を見いだすためには何が必要でしょうか

自分が持っているノウハウの価値を把握していることが重要だろう。把握していなければ親会社や顧客に吸い取られるだけである。ノウハウを意識しているところは強い。地道にやっている中にもネタはあるし、世の中で認知されてから手を付ける、という姿勢では絶対に他を上回ることはできない。

それと、開発に際して「そんなものができるわけではない」とは決して思わないことだ。どんな開発にもリスクは付き物で、一生懸命やっても失敗することもあるが、それは本当に一生懸命やってからの話である。失敗から生まれるものもあるはずだし、社内的には失敗を許容する風土を作るべきであろう。

あえて言えば、一企業だけではなく社会的にも失敗を許容する風土を作らないと、開発・投資の意欲は沸いてこない。「知的財産立国」を目指すのであれば、一度の失敗が致命傷になるような社会を変えていくべきなのだが。

#### ■会社概要

社名：株式会社 大野技術研究所

代表取締役：諸橋 久雄

本社：〒230-0003 神奈川県横浜市鶴見区尻手 3-3-34

設立：1971年(昭和46年)

事業内容：研究・開発(害虫捕獲技術、浮遊粉塵目視化技術、光均一化技術ほか)、設計・試作、調査、技術評価、その他



競争力を維持するために特許はなくてはならないもの。まずは社内人材の育成を。

(株) 日平トヤマ 技術管理部主幹 田畑 勲さん

——貴社の業務と知財との関わりについて、まずお話し下さい。

昭和 20 年の創業時からしばらくは新三菱重工(現三菱重工)、石川製作所、芝浦機械製作所(現東芝機械)等の部品加工の下請けであった。どうにかして自社ブランドで製品を作りたいという思いがあり、そのためには独自の技術を持つ必要があった。独自の技術開発には特許は必ずつきまとうものであり、日平トヤマでは「技術力」はものをつくるというハードと特許というソフトの両面から成るものと捉えている。

とくに海外との取引では特許の有無がキーとなる場合がある。1980 年(昭和 55 年)に乗用車の大量生産方式では本場である米国ビッグスリーのフォード社に日本のメーカーでは初の大型加工ラインを納入した際にも、当時、世界的な特許であった米国某社のメカニカル方式の高速搬送装置の特許が障害となった。これを凌駕する製品の開発と特許を得ることで対等な取引が可能となった。その後も、ビッグスリーのダイムラー・クライスラー社の主力エンジン加工ラインを日平トヤマ・三菱重工・三菱電機の共同体で受注活動を行った際にも、当初は国内他社の NC 特許が障害となり製造が出来ないと危惧していたが、日平トヤマが先に NC に関する特許を単独で、また問題の他社特許においても出願後の交渉で共同権利者となっていた経過から、三菱電機は製作が可能となり受注に成功した。その後、三菱電機はこの分野では国内他社と競合できる状況となっている。

特許は「市場を拓げる」「コストを下げる」「優位な価格設定を可能とする」というメリットを持つツールである。他社が独占している市場への参入も、新たな技術を持ってすれば可能性は出てくる。

また、競合時に特許があるかないかでは大きな違いがある。自動車関連業務で言うと、発注時にメーカーの仕様が決められているものが大部分である。メーカー仕様に対応して製品を作ろうとした場合、他社権利に抵触せざるを得ないケースもあり、その場合は実施許諾を得て使用料を払うしかない。当然価格面では権利を持っている企業の方が有利となる。仕様に合った製品である限り、発注側はコストを重視する傾向があるからである。このため、最近ではコストダウンのための加工機械の構造や加工方法を権利化する傾向が多くなってきている。

当社の 3 次元レーザー加工機は世界シェアの 50%を占めているが、この開発の際も研究者、技術者と特許担当者の 3 者がそれぞれ特許分析を行い、当社独自の機械の構成や制御に関する特許を出願して権利化し、その結果、工作機械よりは競争相手が少なく安定した受注活動が可能となっている。

——知財に取り組んだ具体的な成果はいかがでしょう。また、知財の重要性をどのように認識していますか。

特許だけでは儲からないが、特許がなければ競争力が発揮できない。特許はコスト、すなわち商品力に直結するし、開発力に対する信頼性も特許が担保する側面を持つ。我々自身が他社に発注する際でも、特許があるところは信頼するし、尊重する。

半導体製造装置などの特許でライセンス料収入が得られているものもあるにはあるが、特許の一番の意義は他社に競合製品を作らせないかコスト的に有利な立場を確保すること。一方で機械は一つの機構や方法だけで出来るとは限らないし、工夫の余地は必ずあるもの。一つ特許を取ったからといって、未来永劫の安泰につながるわけではないという意識もある。

また、当社にとっては特許は新規事業を支える大きな柱である。事業多角化の一環として取組んだレーザー加工機や半導体・太陽電池の加工機などへの新たな進出は、先行する企業が既に多くの特許を保有しており、そのために特許対策を講じ、時には相手と係争しなければ事業化は全く考えられないものであった。一方、既存事業においても技術に裏付けされた特許なしではじり貧になることは明らかであろう。

例えば、中国は工作機械の生産額では現在世界6位であり、欧米の自動車産業等の中国への現地工場進出が増加するに伴って、機械の生産も急激に上昇傾向にある。人件費などのコスト安から価格競争力があることが中国の現在の強みであるが、いずれ技術力を付けてきたならば日本のメーカーは太刀打ちできなくなるおそれさえある。常に最新で強力な技術力を追求し、高付加価値な機械を特許権でガードし、模倣されなく価格が安定して維持できる体制を作っておかないと、未来は厳しいものとなる。

#### ——これから知財に取り組もうという企業にアドバイスを。

知財は新規事業を立ち上げる場合は無視できない要素であり、新規事業立ち上げの際には技術開発と並行して相応の社内体制を確保する必要がある。例えば先行情報などを調べる人材が社内に一人は必要である。その人材は特許情報に関心のある技術者がベストで、技術がわかり、情報もわかり、発明を有効な特許権に仕上げるための目利きができる人である必要がある。いなければ育てるしかない。秘密保持や機動性・柔軟性の点から、外注では問題がある。当社では、設計でキャリアを積んだ知財担当者が多い。

#### ■会社概要

社名：株式会社 日平トヤマ

代表取締役社長：堀井 弘之

本社：〒140-0013 東京都品川区南大井6丁目26番2号

設立：1945年(昭和20年)7月

創立：1950年(昭和25年)7月

資本金：60億1,455万円

従業員数：710人

事業内容：トランスファーマシン・専用機、研削盤、マシニングセンタ、レーザ加工機、  
半導体製造装置などの設計、製造、販売



国際標準を追求することが、自立した企業となる鍵である。

(株) 浅沼技研 代表取締役社長 浅沼 進さん

——貴社は三次元測定機用検証機で国際標準規格とも言える NVLAP（米国標準技術研究所技術認定）を取得していますが、そこに至る経緯などを教えてください。

1977年に29歳で創業したが、当初は自動車メーカーなどに向けた機械部品を開発していた。当初から他社にはできない精度の高い製品を製造していたと自負しているが、三次元測定機の分野に進出した契機は20年前の出来事にある。当時、製造した自動車用の部品を相手先に納入したところ、部品と部品を繋ぐ穴の位置が客先の三次元測定機での測定で「5ミクロンずれている」という理由で返品されてしまった。自社製品の精度には自信を持っており、再度の測定でこちらが正しいとわかったものの、下請けの立場では相手の言うことに強く出ることはできなかった。この出来事で測定技術への関心を持つと同時に、下請けから脱却するためには世界標準のものづくりを目指さなければならないと強く感じた。そこで、三次元測定機の精度を検証する機器（三次元測定機検証用ゲージ）を開発し、NVLAPの取得を目指した。取得には8年かかったが、三次元測定機の分野では国内発、世界でも4社目の認定となった。これによって自社の開発した三次元測定機検証用ゲージが世界に通用するものとして認められ海外展開が進むとともに、製品診断や部品等の測定依頼、ブロックゲージの校正業務など、高い測定技術が新たな事業展開につながっている。

また、当初から我々は「ポルシェになる」ことを目標にしていた。ポルシェは自動車メーカーとしての印象が強いが、会社全体における自動車製造部門は30%に過ぎず、研究開発が業務の中心である。当社も他メーカーのための試作・研究開発を事業の中心に置き、生産は相手先で行っている。

——世界標準を目指す、というのは中小企業にとってはなかなかハードルの高い目標だと思いますが、中小企業は「世界戦略」をどのように考え、取り組んだら良いのでしょうか。

創業以来、世界に出ていこう、ということは常に考えていた。下請けだけでやっていけるなら良いかも知れないが、もちろんそれ以上の成長はない。例えば、親会社が海外に出ていってしまったらそれに対応できるのか、と考えることだ。自動車の国際規格もこれから大きく変わる動きがあり、それには米ビッグ3だけでなく欧州メーカーも参加している。これからはJISだけでは通用しない。自主独立のためには、国際基準でものづくりを考えなければならないだろう。

そもそも欧米が求める技術水準は厳しいものだ。飛行機を作ってきた欧米では、1個の部品の不備が生命の危険に直結するという緊張感の中でのものづくりを行ってきた。一方、自動車を作ってきた日本のものづくりはそこまで厳格ではなかったのが実情である。欧米では基本となるローテク分野に補助金を出してまで技術や精度を守ろうとしている。最近の日本ではローテク分野は顧みられていないに等しい。

中小企業の経営者も、どんどん海外に行き海外の現場、とくに欧米の現場を見てくる必要がある。ただし、商工会議所や業界団体の視察団のような形ではだめで、単独で行って表面だけではなく中身をしっかりと把握すべきである。長期的で、広い視野を中小企業の経営者も持たなければならない。

退路を断つ、攻めるしかない、という姿勢も重要だ。当社の創業にあたっては、自宅を担保にして300万円を借り、それを資本金に充てた。技術や製品が世に認められない限り将来に選択肢がない状況であ

った。また、創業時は妻と2人だったが、8年前の妻の退職以来身内を採用したことはない。守るものがあると攻める姿勢が鈍る。守るものがなければなんでもとことんできると考える。

——そのような経営戦略の中で、知的財産はどう位置づけられるのでしょうか。

海外でやっていく、ということは、自社の技術や製品を欧米で売っていく、ということだ。世界に対して自社の技術や製品、自社の地位をアピールするためにはどうするか。そのツールの一つとして特許がある。特許を持っている、ということは、世界でそれを使える企業は一社しかないということにつながりうる。三次元測定機の検証機器は世界23カ国に特許出願を行っている。知財は世界で戦うための重要なツールであると言える。

#### ■会社概要

社名：株式会社 浅沼技研

代表取締役：浅沼 進

本社：〒431-1103 静岡県浜松市湖東町 4079-1

創立：1977年(昭和52年)9月1日

設立：1978年(昭和53年)10月1日

資本金：3億1,410万円

従業員数：60名

事業内容：エンジニアリング業

1. 依頼測定・製品診断業務
2. ブロックゲージの校正業務
3. 航空機・自動車・産業機械部品の試作加工
4. 精密アルミ砂型 casting
5. 3次元測定機検証用ツール製造販売

## 柔軟な発想と失敗を恐れない勇気が新製品を生む

(株) 名南製作所 特許室 中林徳郎さん

——名南製作所は開発に特化したユニークな企業として紹介されることが多いですが、その特徴を教えてください。

合板機械メーカーであるが、社内には生産部門を持っていない。研究開発のみを行う企業であり、生産は外注している。開発はある意味で「失敗が仕事」であるが、生産は失敗が許されない。根本的な発想が開発と生産では異なることから、分離・特化を選択した。製品の付加価値をどう上げるか、それが企業としての目標の一つである。国内には同業者が5社あったが、現在は3社に減っている。開発への不断の努力が生き残りにつながっている。

また、組織は極めてフラットなものにしてあり、年功にとらわれない処遇制度、360度のオープンな人事評価システムを導入している。社員が自由に発言できる環境を整えていることが、開発マインドの醸成に役立っている。

——名南製作所は知財先進企業として知られていますが、中小企業では一般に知財への取り組みは盛んではありません。どこに原因があるのでしょうか。また、知財に取り組む際にはどのような発想が必要でしょうか。

企業が開発投資を行うことは勇気が要る。必ず成果が挙がるとは限らないし、いつできるか分からないというリスクがある。それを踏まえて投資ができるかどうか。国内の企業は厳しい環境下にあり、知財への取り組み、すなわち研究開発を行うことを躊躇させている。

研究開発への投資はトップの決断次第である。下請けではそれ以上の発展はない。

ただし、1年、2年で成果が出るものは多くはない（あればみんなやっているはず）。10年、20年と歯を食いしばる覚悟、試行錯誤や失敗の連続の中から知識を積み重ねる努力が必要となる。良く「偶然から生まれたヒット商品」といった言葉があるが、偶然も地道な努力の積み重ねの中から生まれるものだ。

技術常識にとらわれない発想も重要。思いもよらない組み合わせの中から新しいものが生まれることは珍しくない。発想は常に柔軟であるべきで、その点では「専門家」は柔軟な発想の障害となる場合もある。

失敗を恐れないことも重要である。失敗の経験を必ず次のステップで活かすことができれば、それは意味のある失敗となる。しかしながら日本では失敗を許さない風潮が根強く、これが挑戦への障害となっていると思う。例えば一度会社を倒産させた経営者の信用回復は極めて難しく、再起の可能性が少ないことが新たな事業分野への進出や開発投資を躊躇させていると思う。

——名南製作所では知財への取り組みの成果が目に見える形で出ているのでしょうか。

自社でしか製造していない製品は多いのだが、これは権利がこちらにあるから他社が手を出さないのか、別の理由なのかははっきりとは分からない。こちらが他社の権利に手を出さないように、他社も手を出さないだろうという思いはある。特許、知財というのはそういう性格のものではないか。

係争となるケースもあるが、これは侵害されたものが殆どである。

——知財への取り組みの大切さについてどうお考えですか。

開発に取り組むということは、これまで世の中になかった新しいものを産み出すという楽しさ、喜びを得られるという魅力もあるし、また出来た製品に自分で価格が付けられるというメリットもある。

生産に特化している企業でも、製造の中でできる新しい取り組みはあるはずだ。例えば、生産の仕組み自体を変えてよりよい製品の製造やコストダウンを達成するなど、簡単ではないが発想を変えれば無尽蔵にアイデアが出てくる。

新潟県の燕三条で開発されたスプーンの新製品が爆発的に売れたという話を最近耳にしたが、これ以上変える余地があるのか、というアイテムでもまだ新製品の出てくる可能性があることを示している。何か改良の余地はないか、これ以上良くはならないか、という意識を持って物事を見ているかどうか。ルーティンワークの中でも改善できる場所は必ずあるはずだ。それが第1歩となる。

下請けでは仕事がなくなったらそれで終わりである。何か独自性のあるもの、特色のあるものを作らないと将来の保証はない。「知財に取り組む」ということは、そういうことだと思う。

## ■会社概要

社名：株式会社 名南製作所

代表取締役会長：長谷川 克次

代表取締役社長：服部 行男

本社：〒474-0071 愛知県大府市梶田町 3-130

設立：1953年(昭和28年)7月1日

資本金：9,000万円

従業員数：115名

事業内容：ベニヤロータリーレース、ベニヤコンポーザ、ワイドベルトサンダなど、各種合板製造合理化機械の製造・販売

## トッランナーは常に新しい風を受けることができる

(株) ナベル (三重県) 専務取締役 永井規夫さん

——貴社の業務と知財との関わりについて、まずお話し下さい。

ナベルは昭和 47 年にカメラ用の蛇腹メーカーとしてスタートした。創業時、蛇腹の材料には羊の皮を使っていたが、資源に限界があることから新素材の開発の必要が生じた。また、製造は殆ど手作業で行われていたがこれでは当然生産効率が悪い。そこで製法開発の必要が生じた。この「素材開発」と「製法開発」の必要性が知財との関わりにつながっている。現在に至るまでこの2つが開発の両輪である。

とは言え、素材については、時代のニーズに合ったものを素材メーカーと共同で開発しており、ある意味で素材メーカー頼りのところがある。一方、製法開発は自社のみで取り組める開発であり、ウェイトはこちらの方が高い。

知財として権利化するということは、他社との差別化や取引の継続などの意図はあるが、そもそもは新しいものを産んでいくことで市場を開拓したいという動機があり、そのPRのためのツールと考えている。実際、特許で他社を排除した実績は把握しておらず、むしろ新しいものを他社に先駆けて開発したと市場にアピールできるメリットの方が大きい。

ナベルのターニングポイントは、蛇腹を「必要なときに伸び、不要なときに縮む『機能的なカバー』」と再定義したことにある。情報のアンテナを上げ、様々なニーズに対応した最適な素材・製法の開発に取り組んだ結果、カメラから医療機器へ、更にレーザー加工機へと市場を拡大してきた。現在、国内には同業者が 40 社程度あるが、ナベルのシェアはカメラ用蛇腹で 60%、医療機器用 80%、レーザー加工機用 95%に達している。

——「取引先のニーズに対応した開発」の事例をご紹介下さい。

例えばレーザー加工機の光軸に付ける蛇腹がある。初期のものでは、レーザー光と接触して燃えてしまうことがあり、「レーザーが当たっても燃えないもの」に対する加工機メーカーの強いニーズがあった。金属やセラミックを使う方法も考えたが、蛇腹本来の特徴である屈曲性に欠ける。試行錯誤の結果、蛇腹の内壁にアルミチップを貼り付ける方法に達した。これが 1990 年に開発した「反射面付き蛇腹フード」である。

しかし、これでも燃える可能性はゼロではなく、事故が起きたときに被害を最小限に押さえる仕組みが必要であった。そこで、蛇腹が燃えた瞬間にレーザー発光を止める仕掛けを、蛇腹自体にセンサーを組み込むことで実現した。1996 年に開発・特許出願を行った「センサー蛇腹」である。

顧客のニーズや課題、顧客から相談されたことに対し、全力で解決方法を考えるという姿勢を常に社員全員が持つよう徹底しており、これが上記のような開発につながっている。ただし、特定の顧客のニーズから生まれた発明についても、独自技術の権利化はナベル単独で行っており、共同出願は基本的にしない。他社にも展開できる余地を確保し、シェアを拡大するためである。我々は、特定メーカーのためでなく、業界のために開発を行っているという意識でいる。

——常に新しいものを産みだしていくためには、情報に敏感であり、また情報を的確に取捨選択することも必要になると思います。情報の入手と取り扱いについてのお考えは。また、社内ではどう徹底しているのでしょうか。

情報を判断する基準として4つのことを常に考えている。一つは「利益性」、その情報が会社の利益につながりうるかどうか。次に「社会性」、社会的に意味があるか、あるいは市場に広がりがあるかどうか。3つ目は「先見性」、新規性と言っても良いが、世の中に無かった切り口が含まれているかどうか。最後に「人間性」。非人間的であってはいけない。

いずれにしても、世界水準で通用するものを作ろうという信念が重要な動機となっている。意識しているのは、「マラソンでは先頭を走るランナーは常に新しい風を受けている」ということだ。新しい情報、新しいニーズ、解決して欲しいという相談は、まずその業界のトップランナーに持ち込まれる。「困ったことがあったらまずナベルに相談しよう」という位置を確保したい。そのためには、常に業界をリードする新しいものを産みだしていかなければならない。

社内でも創意工夫、改善への奨励は積極的に行っている。特許出願の際には、発明者として開発に関わった全ての人を記載しており、これもモチベーションになっていると思う。

また、現在「マイスター制度」の導入を進めている。世界を見られるエキスパートを育てることが目標で、顧客に最も近い営業技術部員が、特定分野で先輩についてサブとして3年修行し、その後3年は技術開発部と積極的な連携を取れるポジションに置くことで、6年で一定の水準に達する仕組みを想定している。

——知財への取り組みの重要性について、どう認識していますか。

一つには他社との差別化のツールであるが、与えられた情報を元に開発から製品に至る、情報を形に変えていく上で知財は重要なプロセスだと思う。国内産業は長い低迷期にあるが、メーカーと物流が無くなることはない。モノづくりは常に工夫とイノベーションを繰り返していく産業だ。イノベーションの成果を知財という形にすることは、企業の成長に必要不可欠である。モノをつくる産業であれば、知財は避けて通れない。権利化することで直接の利益にはつながらないかも知れないが、権利化に至るプロセス、そのPR効果は大きなものである。

#### ■会社概要

社名：株式会社 ナベル 代表取締役：永井 諒

本社：〒518-0873 三重県伊賀市上野丸之内 181-13

創業：1972年（昭和47年）10月（永井蛇腹）

設立：1988年（昭和63年）10月（(有)永井蛇腹：資本金800万円）

改組：1992年（平成4年）11月（(株)ナベル：資本金2,000万円）

資本金：5,000万円

従業員数：110名（平成16年4月）

事業内容：光学用、医療用、機械用、マテハン機器用、クリーンルーム用、半導体製造装置用、電磁波シールド用、アミューズメント機器用、福祉機器用ジャバラの製造・販売



知的財産、こんなに素敵な知識のジャングルはない。

(株) ナベル (京都府) 代表取締役 南部 邦男さん

——貴社は鶏卵の自動洗卵選別包装装置というユニークな製品で 70%超の国内シェアを獲得していますが、これまでの事業経緯などを教えて下さい。

当社の創業は 1964 年だが、当時は家電メーカー向けに、テレビなどの家電品生産ラインの制御機器を製造する 2 次下請けであった。鶏卵の自動包装装置に取り組んだきっかけは、これらのメーカーの一家から、鶏卵を選別し塩化ビニール製のパックに自動的に包装する機械を作れないかと相談を受けたことであった。当時は類似の機械は輸入品のみで、1 時間に 2 万卵を包装できる機械が 8000 万円もした。当初は家電メーカーの生産ラインのマイクロプロセッサ制御という、世界最先端の技術開発に携わっているという自負もあり引き受けたが、開発は苦労の連続だった。鶏が生む卵は 1 個 30 グラムから 100 グラムと幅があるが、一般に市場で販売される卵は 52 グラムから 76 グラムのものである。それらを自動的に計測・選別し、割れやすい卵を機械で持ち上げて包装パックに詰める技術の開発は容易ではなかったが、1979 年に製品化に成功した。当社が開発した機械は 4000 万円ほどと輸入品の半額で販売が可能であった。以後当社は鶏卵に係わる装置開発を中核事業として発展している。1998 年にはフーリエ変換を応用した自動ひび卵検出装置、1999 年にはロボット技術の応用により毎時 6 万卵を選別包装する大型機、2000 年には分光分析技術による非破壊自動血卵検出装置、マルチ光源型画像認識装置による自動汚卵検出装置、2002 年には毎時 6 万卵・12 万卵のストック型選別包装システムなど、毎年のように新製品を市場に送りだしている。

——知財に関しても積極的な取り組みをされていると伺っています。

知財に関してはそれほど意識は高くなかったが、1986 年に転機があった。鶏卵の自動機を製造していた米国メーカーから突然特許侵害訴訟を起こされ、当時の年商に匹敵する 6 億円の賠償額を請求された。もちろん開発にあたって先行特許調査は行ってはいたが、10 人前後のスタッフでは全ては把握できなかった。幸い親身になってくれる弁理士・弁護士には恵まれたものの、結局 3 年争った末に 4 千万円の和解金を払うこととなった。

このときに考えたのは、悔しいという気持ちよりも、「文書を書くだけで侵害者から国の支援の下に金を取れる。こんないいことはない」ということであった。以後、知財への取り組みを強化し、全社員に意識を浸透させるよう配慮している。

一例を挙げれば、月例で社内特許検討会を開催しており、2004 年 11 月で通算 172 回となっている。知財担当、開発担当など 7～8 人で構成された会議であり、出願・保有特許一件毎に履歴を設定し、権利を維持するか、審査請求するか、競合者はいないかどうかの評価を行っている。競合者の有無の検討は、権利消滅前に競合者が現れなければ維持費用さえ払う必要はない、と考えて行っている。この分野では同業他社は世界的に見ても多くはなく、マーケットが一覧できることが強みである。特許は飾り物ではないと考えており、こうしたチェックは常に行う必要がある。また、出願に際しては裁判まで想定した検討を行って、出願書類の強化につなげている。

当社の事業分野で言えば、海外市場は今後拡大していくと考えており、海外特許も 7 件取得している。

企業文化の違う欧米と対抗するには、一定で共通のルールに基づいている知財は重要な武器である。知財に関しては企業の売上高も規模も関係ない。知恵を使って世界と戦うというのは本来日本が得意とすることである。知財を知れば知るほど新たな発見もあるし、世界と戦う自信もついてくる。こんなに素敵な知識のジャングルはない。

——社員への意識の浸透という話がありました但具体的なにはどんなことをされているのでしょうか。

知財への取り組みで重要なことは、「他社の侵害をしない」ということと、「自社製品を守る」ということであるが、口で言うだけではなかなか浸透していかない。自社の利益に貢献した発明には対価を支払うことや、現実に裁判で和解金を取り利益で示すことで社員に浸透させていこうと考えている。発明報奨制度としては、ライセンス供与したものについてはその利益の一部を還元し、自社で実施したものについてはライセンス供給を想定した対価を、その特許を利用している限り毎年還元することとしている。また、過去に和解金の一部を全社員に還元したことがある。こうしたことで社員の意識は確実に変化している。

こうした「実益」によってもたらされると期待していることは、社員一人一人が、「日常生活で何を見ても卵の選別機に应用できないか考えている」という状態になることである。仮に社員の3分の1が常にそう考えていれば、これは世界一の開発集団になりうる。そのためのツールとしても知財は活用しようということだ。

——知財にこれから取り組もうとする企業にアドバイスをお願いします。

とにかく一件出願してみることだ。経営トップが、知財出願の手引きを読んで、失敗してもいいから出願してみる。その気になればやれることは沢山あるし、回りを見渡せばいくらかでもネタはあるはずだ。真剣に仕事をしている会社、一生懸命に考えて仕事をしている会社なら、必ずネタは見つかる。あとはやりたいと思うかどうか、だろう。

#### ■会社概要

社名：株式会社 ナベル 代表取締役：南部 邦男

本社：〒617-0836 京都府長岡京市勝竜寺八ノ坪 1-6

創業：1964年(昭和39年)1月 設立：1977年(昭和52年)3月

資本金：8,200万円

従業員数：101名(2004年9月)

- 事業内容：1.卵の洗浄、選別、殺菌、パックを自動制御で行うエッグソーターの開発  
2.エッグソーターの技術を応用した青果物の洗浄、殺菌、選別、パックを行う自動制御システムの開発  
3.上記技術の応用、又は全く新しい技術を用いた農業畜産品に関する新製品の開発  
4.上記自社製品の製造、販売、メンテナンス



顧客のニーズ、社会のニーズ、自分のニーズが開発につながる。

人脈構築でシーズ指向からの脱却を。

(株) 美和 代表取締役 林 俊臣さん

——貴社は特許を武器にマツダ株式会社の下請けから脱却したと伺っていますが、その点を含めてこれまでの事業経緯を教えてください。

当社は1965年の創業で、マツダの一次サプライヤに勤務していたが28歳で独立した。当時の部下3人を連れて、資本金50万円からのスタートであった。当初は金型製造中心であったが、後に製品加工に展開し、その過程で塑性加工によるパイプの結合技術を開発、特許取得した。要するに、「溶接せずにプレスで接合する」技術であり、溶接に比べコストは半分、時間は6分の1に短縮できる。さらには品質が安定し、エネルギー消費量も少なく環境に優しいなど様々なメリットのある技術である。この技術が認められ、自動車用エアコン部品など、マツダだけでなく国内外の自動車メーカーとの取り引きが拡大している。

——貴社における知財戦略、あるいは知財の位置づけはどのようなものでしょうか。

創業時から知財を武器にしないと大企業と有利に付き合えないという考えはもっていた。一方で知財をビジネスに結びつけるのは難しい。取るのは楽だが、ビジネスに直結するとは限らない。あくまで防衛的なものと考えている。その代わり海外対応も怠りはなく、特許出願の3分の1は海外に対しても行っている。これは、自社技術の優位性を内外にアピールするためでもある。

現在のところ係争になったケースはない。実施権許諾したケースはあるが、それほど利益につながっているわけではない。係争になったケースはなくとも、防衛的な観点からは有利に働いていると考えている。

——いわゆる下請けから、先進的な技術開発→知財権利化というプロセスを繰り返して自立・成長して来られたわけですが、開発テーマはどのように見つけてきたのでしょうか。

開発はニーズに沿って行うことが基本である。社会が求めるもの、顧客が求めるもの、あるいは困っている問題が、すなわち開発ニーズとなる。それだけではなく、自分が困っていること、例えばコストを削減したいとか、環境対応を迫られているとかいったことも開発ニーズに成りうる。常にニーズに沿った開発を行い、結果を出していれば、先方からニーズが持ち込まれてくることもある。「美和に持っていけば知恵を出してくれる」と思われることが重要だ。当社にも、中部地方の自動車関連メーカーがわざわざ足を運んで相談に来ることがある。

シーズ指向でいるうちは、市場に受け入れられる商品を出せるかどうかは賭けに過ぎない。ニーズ指向への転換が必要である。そして、ニーズは人と会うこと、足で稼ぐことが重要である。どんな事業を行う場合でも、人脈やネットワークは極めて重要である。当社でも情報収集は人脈を最大限に活用しているし、試作品の開発にあたっては、CADや設計のできる仲間のネットワークを活用している。

——これから知財に取り組もうという企業にアドバイスを。

知財に対する知識を高め、「知財は武器になる」という価値観を獲得することがまず重要だ。経営者はまずその感覚を持つべきであるし、社員にも浸透させなければならない。この点で中小企業の取り組みのスタンスが決まるし、しかるべきところの啓蒙が弱い部分だろう。

また、特許の良い面、悪い面を十分に理解することも必要だ。特許申請するということは、ノウハウをオープンにするということであり、注意すべきである。公開してでも権利化すべき部分、権利化は考えずにブラックボックスにしておく部分を選別することも考える必要がある。

実際に知財に取り組む際には、良い弁理士を見つけることが最も大切である。日本中の弁理士と付き合い合ってきたが、弁理士はピンキリである。この点では苦労してきたが、ここ 10 年ほどは名古屋に事務所を構える弁理士を使っている。アドバイスが的確で、自社の事業に係わる専門知識をしっかりと持っている弁理士を確保できるかどうかは重要な要素である。

開発面での人脈、ネットワーク構築の必要性を先に述べたが、開発に限らず人脈は必要である。まずはいろいろなところに足を運んで人と出会うことを、常に意識してもらいたい。

#### ■会社概要

社名：株式会社 美和

代表取締役：林 俊臣

本社：〒731-3351 広島県広島市安佐北区安佐町毛木 523-3

創業：1965 年(昭和 40 年)

資本金：9,500 万円

従業員数：41 名

事業内容：トランスファー金型、プログレッシブ金型の設計製作精密プレス

# 資料1 「知的財産立国」に向けての行政の動き

## 1. 国の「知的財産推進計画」

政府は、我が国を、科学技術や文化などの幅広い分野において豊かな創造性にあふれ、その成果が産業の発展と国民生活の向上へつながっていく、世界有数の経済・社会システムを有する「知的財産立国」とすることが必須と考え、「知的財産戦略会議」を設置して、実現に向けた政府の基本的な構想である「知的財産戦略大綱」を2002年7月に策定いたしました。11月には国が実行するための知的財産基本法が成立し、2003年3月には「知的財産立国」の実現を推進する「知的財産戦略本部」が設置され、7月には同本部が今後の政策の指針となる「知的財産戦略推進計画」を発表しました。さらに2004年5月には6項目からなる「知的財産推進計画2004」を発表し、具体的な施策展開に着手しています。

国のこうした動きを受けて、自治体における取り組みも活発化しています。これまでに、東京都・大阪府・愛知県・北海道・大阪市において、地域における知的財産戦略が作成されており、平成16年度から具体的な取り組みがスタートすることとなっています。自治体における取り組みは、今後拡大していくことが予想されます。

### ■知的財産戦略大綱におけるポイント

知的財産に関する総合的な取り組みが必要とし、

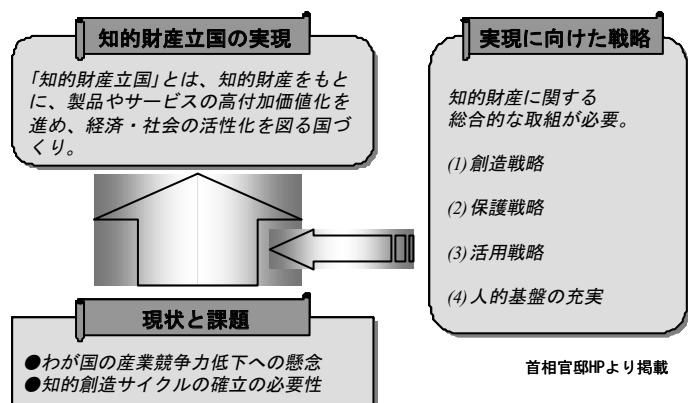
- ①創造戦略（知財をつくる）
- ②保護戦略（知財をまもる）
- ③活用戦略（知財をつかう）

これらを担う

- ④人的基盤の充実

を掲げるものです。

### 「知的財産戦略大綱」のポイント



## ■知的財産推進計画2004におけるポイント

### ～「知的財産立国」の実現に向けた3つの視点～

#### 1) 「従来の枠にとらわれない、知的財産に関する特例を作る」

我が国産業の国際競争力を強化し、活力ある経済社会を実現できるよう、知的財産制度の国際調和を推進するとともに、それと方向性を一にしつつ国富の増大に資する制度であれば、従来の既成概念にとらわれることなく、大胆かつ柔軟にそうした仕組みを構築すべきである。

#### 2) 「国際競争力のある、世界に通用する制度を作る」

今や世界はボーダレスエコノミーとなっており、魅力ある市場環境を求めて、企業が国を選ぶ時代になっている。そして、知的財産戦略を企業経営の中核に位置付ける会社が多くなる中、事業者にとって魅力ある知的財産制度を構築した国は、そこに世界各国の企業が集まり、様々な事業活動が活発となって、結果として国が発展することになる。既に世界各国の間で知的財産制度の競争は激化しつつあり、我が国においても、それに遅れることなく世界に通用する魅力ある制度を構築すべきである。

#### 3) 「時機を逸することなく、迅速に改革を行う」

「私は、かなり現実に拘泥せずに世界を見つめていたつもりであるが、やはり日本の現状に心をとられ過ぎていた。今や世界はものすごいスピードで進歩している。」とは、今から50年前の本田宗一郎氏の言葉である。

いわんや、現在の世界は、「ドッグ・イヤー」と言われるほど大変なスピードで変化し続けており、その中で淘汰されないためには、時機を逸することなくその変化に適合できるよう、企業もさることながら、国の制度も変化し続けなければならない。

## ～「知的財産推進計画2004」の6つのポイント～

### 1 模倣品・海賊版対策の抜本的強化

#### ○外国市場対策を強化する外国市場対策を強化する

- ・在外公館やジェトロにより我が国企業の模倣品・海賊版対策を支援する
- ・模倣品・海賊版の拡散を防止するための条約や閣僚宣言を提唱する

#### ○水際での取締りを強化する

- ・特許侵害品や商標侵害品を水際で差止めるため制度整備や税関の取締り体制の強化を行う

#### ○国内での取締りを強化する

- ・街頭販売やインターネットを利用した模倣品・海賊版の売買の取締りを強化する（参考）
- ・ノウハウ等の営業秘密の海外流出を防止するための対策を強化する

### 2 特許審査の迅速化を推進

#### ○特許審査を迅速化する

- ・特許審査順番待ち期間を10年間で大幅に短縮する

現在の26ヶ月を、2013年に11ヶ月、最終的にはゼロを目指す

- ・必要な任期付審査官の十分な確保など総合施策を実施する
- ・研究開発効率の飛躍的向上を目指し、特許情報の提供サービスを拡充する

#### ○世界特許システムの構築を目指す

- ・世界特許システムの第1段階として、日米欧三極特許庁間で、特許の相互承認の実現を目指す

### 3 中小企業・ベンチャーや地域を支援

#### ○中小企業・ベンチャー企業の知的財産を守る

- ・知的財産の権利取得や海外展開を支援する
- ・知的財産の侵害被害の実態を把握し、対応策を検討する

#### ○知的財産を活用して地域を振興する

- ・地方公共団体の自主的な知的財産戦略の策定を支援する
- ・農林水産物などの地域ブランドの保護制度を検討する

#### 4 コンテンツビジネスの振興

##### ○業界の近代化・合理化を支援する

- ・コンテンツ制作の契約慣行を改善する
- ・エンターテインメント・ロイヤーなど専門家の活用を奨励する

##### ○東京国際映画祭を抜本的に強化する

- ・東京国際映画祭を、カンヌ映画祭に比肩する映画、音楽などの国際取引市場にする

##### ○ブロードバンドを活用してコンテンツ流通を拡大する

- ・コンテンツ流通の技術開発や権利処理の円滑化を支援する

#### 5 大学の知的財産の創造を推進

##### ○大学における特許関連費用の充実を図る

##### ○国立大学法人が大学発ベンチャーの株式を取得できるよう制度を整備する

#### 6 人材育成の強化

##### ○知的財産の専門人材を育成する

- ・知的財産法について司法試験の選択科目化を図るなどにより、知的財産に強い法曹を養成する
- ・ポストドクターを知的財産専門人材として活用する

##### ○知的財産教育を推進する環境を整備する

- ・社会人向けに夜間・休日専門の法科大学院の設置を促す
- ・法科大学院や技術経営（MOT）プログラム等における知的財産教育を推進する

# 知的財産立国

やくみつるのニッポン元気論 53



地球の資源には限りがありますが人間の知恵やアイデアは無尽蔵です。発明や創作を「知的財産(ちてきざいせん)権」として適切に保護活用すれば、技術革新や新製品の開発が進みます。日本が生み出す知的財産により、日本経済の再生を目指します。「知的財産立国」の実現に向けた取組が進められています。

●知的財産戦略本部ホームページ  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/ittekki/index.html>

みんなの知恵やアイデアは、日本の救世主！



政府広報 | 内閣官房  
 政府広報オンライン  
<http://www.gov-online.go.jp/>

**いそげ! 知的財産立国**

みんなの知恵やアイデアが日本の未来をひらく

政府広報 | 内閣官房  
 政府広報オンライン  
<http://www.gov-online.go.jp/>



## 2. 愛知県「あいち知的財産創造プラン」の概要

※詳細は <http://www.pref.aichi.jp/sangyo/chiteki/gaiyo/gaiyo.html>

### 1. あいち知的財産創造プランの目標・期間

#### ■あいち知的財産創造プランの目標（あいちが目指す知財立県の姿）

- ・ 県内産業の国際競争力を強化し、産業の空洞化を阻止し、持続的な産業発展を実現するためには、
    - ・ これまで培われた愛知県の産業技術・人材の集積を生かす
    - ・ 大学などの研究開発機能を活用し、産業発展の鍵を握る知的財産を産み出す
    - ・ これにより製品の高付加価値化、新分野進出、ベンチャー企業の創出を図る
    - ・ その収益をさらなる知的財産づくりに投資する
- という知的財産を核とした新産業創造のシステムを整備していくことが必要。
- ・ こうしたことを踏まえ、このプランでは、知的財産を大切にす風土づくりを広範に進めるとともに、知的財産という知恵づくりを産・学・行政が連携して取り組むことにより、新産業が活発に創出される地域づくりを目標とする。

#### <目 標>

知的財産とそれを産み出す技術・技能を大切にす風土が広がり、「ものづくり」と「知恵づくり」が集積することにより、知的財産を活かした新規事業やベンチャー企業の創出が進む元気でたくましい地域づくり

#### ■プランの期間

2010 年を長期的な目標年度とし、本県の知的財産の動向、国の制度見直しなども踏まえ、中間年の 2007 年にプラン全体の見直しを行う。

### 2. あいち知的財産創造プランの実現に向けた基本方策と主体別の役割

#### (1) プランの実現に向けた基本方策

#### ■基本方策－1 知的財産を大切にす風土づくり・基盤づくり

##### ①風土づくりのための普及啓発

- ・ 説明会、セミナー、相談会の一層の充実を図る
- ・ 「愛知の発明の日」を設け、知的財産の大切さとこれを担う人材の重要性などについて集中的に県民にPR

##### ②愛知万博を活用した知的財産立県のアピール

- ・ 知財を尊重する県であることを、2005 年日本国際博覧会を活用してアピール

##### ③知的財産に関する人材・情報等の基盤づくり

- ・ 知的財産への取り組みを支える人材・情報・資金等の基盤整備を行う



## ■基本方策－２ 知的財産を活用したたくましい中小企業づくり

### ①知的財産を活用し、挑戦するたくましい中小企業づくり

- ・ ビジネスプランづくりから、研究開発、市場調査、試作化、商品化に至るまで一貫した指導を行うモデル事業を産・学・行政が連携して実施
- ・ 海外特許取得に挑戦する企業に対して経費を支援する制度づくり

### ②既存の集積・ネットワークを活用したたくましい中小企業づくり

- ・ 分野別・課題別の講演会の実施
- ・ 経験や知識が豊富な人材を中小企業の知的財産戦略づくりや技術・経営革新、新事業の創出などへの支援に活用
- ・ 大企業が保有している利用価値の高い未利用特許の流通を促進
- ・ 大学、公設試験研究機関などにおいて試作機能の整備充実を図る

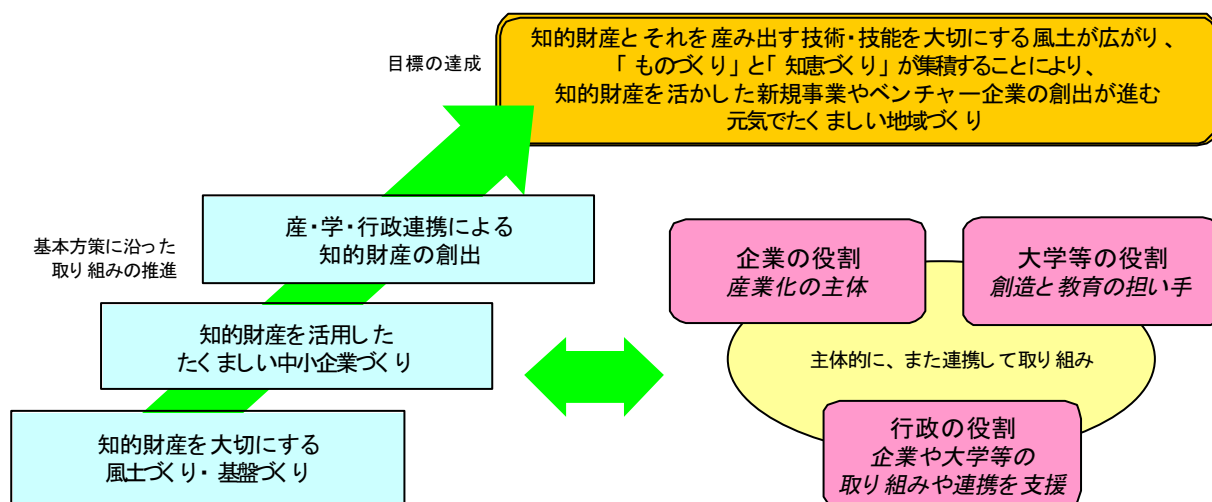
## ■基本方策－３ 産・学・行政連携による知的財産の創出

### ①研究開発コンソーシアム事業等共同研究の推進

- ・ 研究開発コンソーシアムなど国等の共同研究制度等を活用、共同研究プロジェクトの誘致・提案により知的財産の創造促進を図る

### ②ナノテク、バイオ等新規成長分野の戦略的な育成

- ・ ナノテク、バイオ、デジタルコンテンツ等の新規成長分野の育成について、産・学・行政の一層の連携のもと強力に推進



### 3. プランの実現に向けた主体別の取り組み方策

#### (1) 企業が主体的に取り組む方策

1. 技術経営・知的財産経営による一層の経営強化
2. 知的財産を活用した企業発ベンチャーの促進
3. 未利用（潜在的利用価値のある）特許の積極的な公開による活用
4. 知的財産管理・契約知識等の教育（専門性の高い教育、社員全般対象の教育）
5. 独自の強みを持つ技術開発の推進とその知的財産による競争力の強化
6. 大学、公的研究機関及び企業間における共同研究の推進による知的財産創造の強化
7. 知的財産を保護する契約、技術流出防止等の管理体制強化
8. 知的財産管理・契約知識等の教育（専門性の高い教育、社員全般対象の教育）
9. 職務発明等人材へのインセンティブ制度の見直し
10. 行政の実施する知的財産に関する支援施策の積極的な活用

#### (2) 大学等が主体的に取り組む方策

11. 知的財産本部などの知的財産管理機能強化
12. 研究者への社会貢献認識の啓発と業績評価における知的財産の重視
13. 大学発ベンチャーの促進
14. 学生や研究者への知的財産教育の充実
15. 研究者や知的財産関連人材の産業界との交流促進
16. 社会人向けの高度な知的財産教育の充実

#### (3) 産・学・行政が連携し取り組む方策

- <知的財産を大切にする風土づくりによる知的財産立県の推進>
  17. 「愛知の発明の日」を活用した知的財産を大切にする意識の普及
- <風土づくりを進める社会基盤（人材・情報・資金）の整備>
  18. 「あいち知的財産人材サポーター（仮称）」の設立と活用
  19. 知的財産立県を担う幅広い知的財産教育の推進
  20. 特許審査に係る先行技術調査機関の整備による地域知財力の強化
  21. 産・学・行政の知的財産情報のネットワーク化、情報発信の強化
  22. 知的財産の創造・保護・活用を促進する知的財産ファンドの整備
- <共同研究の推進による知的財産創造の強化>
  23. 共同研究開発事業による知的財産創造の推進
  24. バイオ分野における共同研究・事業化の推進
  25. ナノテクノロジーにおける共同研究・事業化の推進
  26. バイオ、医療、ナノテクノロジー関連の先端計測分析装置開発による知的財産の創造
  27. コンテンツ制作の人材の集まるビジネス環境づくり
- <特許等知的財産の流通・移転の促進>
  28. 知的財産の事業化に向けた試作機能の整備による技術移転の強化
  29. 未利用（潜在的利用可能性のある）特許の流通促進
  30. 流通やコンサルティング等の知的財産ビジネスの振興、活用
- <国や他地域との連携>
  31. 国内外のネットワークによる共同研究や人材・資金の集積の強化
  32. 知的財産に関する国への提案・要望活動の実施

#### (4) 行政（県）が主体的に取り組む方策

- <知的財産を大切にする風土づくりの普及>
  33. 「愛知の発明の日」の制定とプラン推進PR事業
  34. 知的財産に関する相談機能の強化・充実
- <知的財産を活用したたくましい中小企業づくり>
  35. 中小企業の海外特許出願に対する財政支援
  36. 知的財産活用成功企業づくりモデル事業の実施
  37. 「あいち知的財産人材サポーター」の設立支援と活用の促進

- 38. 中小企業関係団体と連携した知的財産啓発活動の展開
- <知的財産立県を担う人材づくり>
- 39. 知的財産に関する情報発信機能の強化
- 40. 知的財産関係団体との連携による人材の育成支援
- 41. 市町村単位での知的財産の啓発
- 42. 少年少女発明クラブなど地域における若年向け啓発活動の推進
- 43. 教育における知的財産教育の取り込み
- <県の知的財産創出・活用促進>
- 44. 知的財産に関する県職員の意識改革の推進
- 45. 知的財産関係指針の策定による県の知的財産の創造・活用の促進
- 46. 県の知的財産窓口の一本化

# 資料2 知的財産支援制度一覧

## 経済産業省中部経済産業局の支援制度

※愛知・岐阜・三重の企業はこちらへ

問い合わせ先：中部経済産業局 特許室 052-223-6604

### ■制度の普及セミナーの開催

中小・ベンチャー企業、大学等研究機関、工業高等学校等において専門家による知的財産権制度の講義や小学生向けに実験・工作教室を開催し、発明・創意工夫への意識向上のためのセミナーを開催しています。

### ■発明の日フェアの開催

4月18日の発明の日を記念し、管内における小中学生向けに工作教室など各種イベントを開催し、発明・創意工夫への興味を高め、知的財産権制度への理解を深めることを目的に開催しています。

### ■特許流通フェアの開催

技術移転を希望する企業に対し、技術導入を希望する企業との交流の場として特許流通フェアを開催しています。

【参考】平成16年度 11/17～11/19 名古屋市中企業振興会館（吹上ホール）

### ■特許情報利用促進事業補助金

中小企業における経営に知的財産を活用するための戦略プランを策定するため、各地域の中小企業支援センターを通じ補助事業を行っています。 16年度 愛知県、石川県

### ■特許手数料の軽減申請書に基づく確認書の交付

研究開発型の中小企業や公設試験所、以下の事業による特許出願は、経済産業局に対し軽減申請書により確認書の交付を受けると、審査請求料並びに1年から3年分の特許料が1/2に軽減されます。

- ・売上高に対する試験研究費等の比率が3%を超える中小企業
- ・中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法における認定事業で発明されたもの
- ・中小企業技術革新支援制度（SBI R）の補助金等交付事業で発明されたもの
- ・中小企業経営革新支援法の承認計画における技術開発に関する研究開発事業で発明されたもの

### ■特許電子図書館（IPDL）

出願前に既存技術や商標の調査は欠かせません。特許室では、特許庁が保有する特許情報（特許・実用新案・意匠・商標の公報類）を専用回線で結んだ端末機器により、無料で検索・閲覧することができます。

## ■開放特許に関する情報提供及び相談

特許流通データベースの他、開放特許活用例集や技術分野別特許マップの閲覧など、開放特許の活用に関する各種情報を提供しています。また、開放特許に関する相談を常駐する特許流通アドバイザーが無料でお受けしています。

## ■CD-ROM公報

特許庁発行の特許・実用新案・意匠・商標等の電子公報（CD-ROM）を、閲覧することができます。

## ■登録原簿謄本の交付

登録された産業財産権の存続・消滅・失効など、その後の経過を調べる「権利状況調査」には、登録原簿を利用します。特許室では特許・実用新案・意匠・商標の登録原簿謄本（及び登録事項記載書類）を交付しています。なお、交付は1件 1,100 円ご利用いただけます。

## ■テレビ面接室

出願に際しては、特許出願人等と特許庁審査官が直接会って意志疎通を図る面接審査があります。特許室に設置されているテレビ会議システムを利用することで、特許庁に出向くことなく面接審査を受けることができます。

## ■産業財産権に関する相談

特許・実用新案・意匠・商標の出願、登録手続等の産業財産権に関する相談を調査員が無料でお受けしています。お気軽にご相談ください。

問い合わせ先（特記以外）：関東経済産業局 特許室 048-600-0238、0239

### ■制度の普及セミナーの開催

中小・ベンチャー企業、大学等研究機関、工業高等学校等において専門家による知的財産権制度の講義や小学生向けに実験・工作教室を開催し、発明・創意工夫への意識向上のためのセミナーを開催しています。

### ■発明の日フェアの開催

4月18日の発明の日を記念し、管内における小中学生向けに工作教室など各種イベントを開催し、発明・創意工夫への興味を高め、知的財産権制度への理解を深めることを目的に開催しています。

### ■特許流通フェアの開催

技術移転を希望する企業に対し、技術導入を希望する企業との交流の場として特許流通フェアを開催しています。

【参考】平成16年度 9/29～10/1 東京ビックサイト

### ■特許情報利用促進事業補助金

中小企業における経営に知的財産を活用するための戦略プランを策定するため、各地域の中小企業支援センターを通じ補助事業を行っています。 16年度 千葉県、埼玉県、新潟県

### ■特許手数料の軽減申請書に基づく確認書の交付

研究開発型の中小企業や公設試験所、以下の事業による特許出願は、経済産業局に対し軽減申請書により確認書の交付を受けると、審査請求料並びに1年から3年分の特許料が1/2に軽減されます。

- ・売上高に対する試験研究費等の比率が3%を超える中小企業
- ・中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法における認定事業で発明されたもの
- ・中小企業技術革新支援制度（S B I R）の補助金等交付事業で発明されたもの
- ・中小企業経営革新支援法の承認計画における技術開発に関する研究開発事業で発明されたもの

### ■特許等原簿の交付及び認証謄本の交付（有料）

登録された産業財産権の存続・消滅・失効など、その後の経過を調べる「権利状況調査」には、登録原簿を利用します。特許室では特許・実用新案・意匠・商標の登録原簿謄本（及び登録事項記載書類）を交付しています。なお、交付は1件1,100円でご利用いただけます。

### ■テレビ面接室の利用

出願に際しては、特許出願人等と特許庁審査官が直接会って意志疎通を図る面接審査があります。特許室に設置されているテレビ会議システムを利用することで、特許庁に向くことなく面接審査を受けることができます。

## ■特許室における相談

常駐する特許奨励等調査員が産業財産権を中心に電話又は窓口において相談を受け付けています。

問い合わせ先：相談室専用電話 048-600-0319

## 愛知県の支援制度

### ■特許相談（愛知県知的所有権センター）

愛知県知的所有権センターにおいて特許流通アドバイザーによる未利用特許の流通活用相談。特許情報活用アドバイザーによる特許検索手法の指導や相談を行っています。また、特許電子図書館（IPDL）閲覧用端末機器も設置しています。秋からは定期的に弁護士による無料相談を予定しています。

問い合わせ先：愛知県知的所有権センター 0566-24-1841

### ■知的財産活用成功企業づくりモデル事業

県内中小企業が未利用特許、自社特許などを活用して企業自らが作成したビジネスプランをもとに市場調査、試作品開発、販路開拓など、事業化する一連のプロセスの全段階で総合的に支援を行います。

問い合わせ先：愛知県産業労働部産業技術課 知的財産グループ 052-954-6350

### ■海外特許取得・知的財産活用促進事業

#### 1. 中小企業の海外特許出願に対しての補助

優れた技術を有する意欲ある中小企業の特に出願した特許に対して、審査の上、外国特許出願に要する経費の一部を助成する補助制度を創設します。

#### 2. 知的財産を活用した研究開発に対しての補助

出願した特許を活用した独創的技術開発又は未利用特許や県産業技術研究所が開発した技術を活用した技術開発に対して、助成する補助制度を創設します。

問い合わせ先：愛知県産業労働部産業技術課 知的財産グループ 052-954-6350

### ■知的財産権の取得経費の融資

中小企業に対する既存の融資制度を活用した知的財産権取得経費に対する資金融資を行なっています。融資限度額 1件 20,000 千円

問い合わせ先：愛知県産業労働部産業技術課 知的財産グループ 052-954-6350

### ■知的財産専門家を派遣（財団法人愛知県中小企業振興公社）

愛知県中小企業振興公社中小企業支援センターが、県内の中小企業に対して、無料で知的財産専門家を派遣し、知的財産戦略づくり等の支援を行います

問い合わせ先：(財) 愛知県中小企業振興公社 中小企業支援センター

新規事業部 ベンチャー支援グループ 052-561-4121



## 岐阜県の支援制度

### ■特許流通支援事業

特許ライセンス契約等を県内中小企業間で結ぶための情報提供・指導を行う特許流通アドバイザー活動事業。

- ・特許保有企業や研究機関、大学等と事業化を希望する企業の橋渡し
- ・事業化に関しての指導、相談、専門家の紹介
- ・特許取引支援(県内で民間に眠る未利用特許対象)
- ・特許移転支援(県内の大学等公的機関の特許対象)

問い合わせ先：岐阜県知的所有権センター 0583-79-2250

### ■特許電子図書館情報活用事業

特許電子図書館（IPDL）専用端末による特許情報の提供、検索指導を行う特許情報活用支援事業。特許情報活用支援アドバイザーの業務。

- ・IPDL端末の設置
- ・県下の商工会議所、商工会等において、効率的な検索方法の指導
- ・検索支援マニュアルの作成及び配布
- ・検索方法検討委員会の開催
- ・地域技術に特化した技術分野を選定し、その分野が効率的に検索できる検索式を作成し、その普及に努める。

問い合わせ先：岐阜県知的所有権センター 0583-79-2250

### ■発明品等試用支援事業

- ・県内中小企業等が開発した発明品等をインターネットを活用して一般公募する。
- ・発明品等は、外部の有識者等から成る「発明品等選定委員会」（以下「委員会」という）により審査し、当該事業の対象となる発明品等を選定する。
- ・県の機関は選定された発明品等を、試験的に発注し、委員会は当該発明品等の評価を行い、その結果を公表する。
- ・委員会は選定及び評価の都度公表する。

問い合わせ先：岐阜県農林商工部 商工業室 技術創造連携チーム 058-272-1111

### ■研究・技術支援施策

問い合わせ先：岐阜県農林商工部 商工業室 技術創造連携チーム 058-272-1111

## 三重県の支援制度

問い合わせ先：三重県知的所有権センター 059-234-4150

### ■産業財産権情報等の閲覧

知的所有権センターでは、産業財産権に関する各種の特許公報類（CD-ROM 公報、特許庁公報、図書等）を揃えて、一般に公開しています。

### ■産業財産権に係る相談・指導

知的所有権センターでは、産業財産権に関する各種の相談・指導に応じています。  
また、必要に応じて工業技術に関する内容も対応しています。

### ■産業財産権に関する情報の加工と編集及び情報提供

知的所有権センターでは、産業財産権に関する情報の加工と編集を行い、インターネットを利用した情報提供、技術情報誌の発行などによる情報提供を行っています。

### ■特許検索システムによる特許情報の検索

特許検索システムにより、平成5年から現在までの公開・登録公報が、フリーキーワード、IPCなどで検索できます。

### ■知的財産権活用支援事業の実施

平成16年度から18年度までの3年間、知的財産権活用支援事業を実施します。

県内の中小企業、ベンチャー企業等を対象に、知的財産権等の閲覧指導、検索指導、発明相談、特許技術移転相談等により、知的財産権サポート体制を強化します。

- ①弁理士による無料相談会を開催します。
- ②特許流通アドバイザー、特許情報活用支援アドバイザーらによる特許巡回指導（出前特許相談）を行います。
- ③特許の有効活用を促進するため、特許有効活用講演会を開催します。
- ④インターネットで特許情報を取得できる特許電子図書館の利用法に関する講習会を開催します。

### ■特許電子図書館情報の提供

知的所有権センターは、特許電子図書館（IPDL）の保有する約4,900万件の特許情報をインターネットおよび専用回線にて公開しています。

また、特許情報アドバイザーによる特許情報の普及・啓発・検索指導・相談などの各種事業を行っています。

## 静岡県の支援制度

### ■特許流通支援事業

特許流通アドバイザーによる開放特許の技術移転支援

問い合わせ先：(社)発明協会静岡県支部 054-254-7575

### ■特許情報活用支援事業

特許情報活用支援アドバイザーによる、特許電子図書館（IPDL）の検索指導等

問い合わせ先：(社)発明協会静岡県支部 054-254-7575

アクトシティ浜松産業情報室 053-451-1126

### ■技術移転機関（TLO）事業

大学等の研究成果を民間事業者等へ技術移転

問い合わせ先：しずおかTLOやらまいか 053-412-6703

### ■中小企業海外市場開拓支援事業

海外との取引に活路を求める中小企業の等の振興を図るため、企業の販路開拓事業に助成

問い合わせ先：(社)静岡県国際経済振興会 054-254-5161

## 長野県の支援制度

### ■特許相談（長野県知的所有権センター）

#### ○特許情報支援アドバイザー

- ・特許情報の検索方法のアドバイス
- ・特許情報活用に関する相談
- ・特許情報に関する説明会
- ・特許電子図書館（IPDL）の利用方法等、特許情報に関する総合的支援

#### ○特許流通アドバイザー

- ・提供可能な特許(開放特許)の把握
- ・中小企業等の特許導入ニーズ発掘
- ・ライセンサーとライセンシーのマッチング支援
- ・契約等のアドバイス

問い合わせ先：長野県知的所有権センター

長野県工場試験場内 026-228-5559

長野県精密工業試験場内 0266-23-4170

### ■特許コンシェルジュ派遣事業

県内中小企業等へ特許関係の相談・アドバイスを行う「特許コンシェルジュ」を無料で派遣します。

- ・特許化が期待される研究成果の評価・助言
- ・特許手続きの助言
- ・弁理士の紹介
- ・その他の相談

問い合わせ先：(社)発明協会長野県支部 026-228-5559

# 資料3 知的財産関連団体等一覧

## 日本弁理士会、日本弁護士連合会、日本知的財産仲裁センター

組織名	所在地	電話番号	ウェブページ
日本弁理士会	〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2 弁理士会館内	03-3581-1211	<a href="http://www.jpaa.or.jp">http://www.jpaa.or.jp</a> [弁理士検索] <a href="http://www.jpaa.or.jp/advisement/index.html">http://www.jpaa.or.jp/advisement/index.html</a>
<p>[無料特許相談(特許・意匠・商標なんでも110番)]</p> <p>知的財産権全般について弁理士が無料で相談に応じています。(但し、鑑定、調査、明細書の作成や内容の修正など、相談事項によっては、応じられない場合があります。)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●東京 〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2 TEL 03(3519)2707 ・相談対応日時 月～金曜日 午前10時～正午、午後1時～4時</li> <li>●名古屋 〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-10-19 名古屋商工会議所ビル8階 日本弁理士会名古屋分室内 TEL 052(211)311 ・相談対応日時 月～金曜日 午後1時～4時</li> <li>●大阪 〒543-0061 大阪市天王寺区人町2-7 関西特許情報センター4階 TEL 06(6775)8200 ・相談対応日時 月～金曜日 午前10時～正午、午後2時～4時 ※お電話による予約を承っております。</li> <li>●福岡 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東2-6-23 住友博多駅前第2ビル6階 日本弁理士会九州部会室内 ・相談対応日時 毎週木曜日 午前10時～正午、午後1時～3時 ※福岡特許相談室は電話での相談は受け付けていません。相談室までお出かけになるか文書でご相談下さい。</li> </ul>			
日本弁護士連合会 (日弁連)	〒100-0013 東京都千代田区霞が関1-1-3 弁護士会館内	03-3580-9864	<a href="http://www.nichibenren.or.jp/index.html">http://www.nichibenren.or.jp/index.html</a> [弁護士検索] <a href="http://www.nichibenren.or.jp/cgi-bin/nichibenren/search/search.cgi">http://www.nichibenren.or.jp/cgi-bin/nichibenren/search/search.cgi</a>
<p>[弁護士検索]</p> <p>弁護士は、日弁連のウェブページでも検索できますが、全国各地の弁護士会のウェブページでも、弁護士検索ができるものがあります。また、日弁連の弁護士検索ではできませんが、東京第二弁護士会の弁護士検索では、「主な取扱業務」を指定して弁護士の検索ができるため、例えば「特許」「不正競争防止法」「著作権」等で指定して弁護士を検索することができます。</p> <p>東京第二弁護士会所属の弁護士検索 <a href="http://www.niben.jp/">http://www.niben.jp/</a></p> <p>[法律相談センター]</p> <p>日弁連では、面接や電話等による法律相談はおこなわれていませんが、全国各地の弁護士会や(財)法律扶助協会が、全国各地に「法律相談センター」を設置しています。</p> <p>法律相談センターによって、相談料の有無や相談時間が異なっている等、特色や違いはありますが、いずれの法律相談センターも、一定の場所を確保して定期的に法律相談を実施しています。</p> <p>法律相談センター一覧 <a href="http://www.nichibenren.or.jp/jp/hp/houritu/soudan/houritusoudan.html">http://www.nichibenren.or.jp/jp/hp/houritu/soudan/houritusoudan.html</a></p>			
日本知的財産仲裁センター (旧工業所有権仲裁センター)	〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2 弁理士会館内	03-3500-3793	<a href="http://www.ip-adr.gr.jp/">http://www.ip-adr.gr.jp/</a>
<p>日本弁護士連合会と日本弁理士会が共同で1998年3月に設立し、同年4月より運営している組織。弁護士、弁理士、学識経験者がそれぞれの知識と経験を持ち寄り、調停・仲裁等によって知的財産権に関する様々な紛争を解決しています。</p> <p>[相談]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・相談対応日時 毎週水曜日(ただし祝祭日に当たる場合は除く。) 午前10時～正午、午後</li> <li>・あらかじめFAXまたはe-mailでの申込みが必要。</li> <li>・相談料 30分未満5,000円、1時間1万円、以後30分毎に5,000円</li> </ul>			

## 経済産業省経済産業局

管轄地域	施設名	所在地	電話番号
静岡県 長野県	関東経済産業局 地域経済部技術規格 企画課 特許室 <a href="http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/tokkyo/index.html">http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/tokkyo/index.html</a>	〒330-9715 埼玉県さいたま市中央区新都心1番地1 さいたま新都心合同庁舎1号館9階	048-600-0239
愛知県 岐阜県 三重県	中部経済産業局 特許室 <a href="http://www.chubu.meti.go.jp/technology/page/patent.htm">http://www.chubu.meti.go.jp/technology/page/patent.htm</a>	〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-10-19 名古屋商工会議所ビル地下2F	052-223-6604

## 知的所有権センター

都道府県	施設名	所在地	電話番号	流通AD	活用AD 検索AD
長野	長野県知的所有権センター (社)発明協会長野県支部)	〒380-0928 長野市若里1-18-1 長野県工業試験場3階	026-228-5559	●	●
		〒394-0084 岡谷市長地片間町1-3-1 長野県精密工業試験場内	0266-23-4170	●	●
静岡	静岡県知的所有権センター (社)発明協会静岡県支部) 静岡県浜松地域知的所有センター (アクトシティ浜松産業情報室)	〒420-0853 静岡市追手町44-1 県産業経済会館1階	054-254-7575	●	●
		〒430-7790 浜松市板屋町108-1 アクトシティ浜松内	053-451-1126	—	●
岐阜	岐阜県知的所有権センター (岐阜県科学技術振興センター)	〒509-0108 各務原市須衛町4-179-1 テクノプラザ5階	0583-79-2250	●	●
愛知	愛知県知的所有権センター (愛知県産業技術研究所)	〒448-0003 刈谷市一ツ木町西新割	0566-24-1841	●	●
三重	三重県知的所有権センター (三重県科学技術振興センター)	〒514-0819 津市高茶屋5-5-45	059-234-4150	●	●

※A D = アドバイザー

## 各県関連機関

都道府県	施設名	所在地	電話番号
静岡	しずおかTLOやらまいか (財団法人浜松科学技術研究振興会)	〒432-8561 浜松市城北3-5-1 静岡大学浜松キャンパス内	053-412-6703
	静岡県中小企業支援センター (財団法人しずおか産業創造機構)	〒420-0853 静岡市追手町44-1 静岡県産業経済会館2階、4階	054-273-4437
	(社)静岡県国際経済振興会	〒420-0853 静岡市追手町44-1 静岡県産業経済会館4階	054-254-5161
岐阜県	(財)岐阜県研究開発財団	〒509-0108 各務原市須衛町4-179-1 テクノプラザ本館1階	0583-79-2220
	(社)岐阜県工業会	〒509-0108 各務原市須衛町4-179-1 テクノプラザ本館5階	0583-85-4315
	岐阜県技術士会	〒509-0108 各務原市須衛町4-179-1 テクノプラザ本館5階	0583-79-0580
	科学技術振興機構 研究成果活用プラザ東海・岐阜連絡事務所	〒509-0108 各務原市須衛町4-179-1 テクノプラザ本館3階	0583-79-0502
愛知県	(財)愛知県中小企業振興公社 中小企業支援センター	〒450-0002 名古屋市中村区名駅4-4-39 愛知県中小企業センター6階	052-561-4121

## 主な知的所有権関連機関等

### ●国内

組織名	所在地	電話番号	ウェブページ
特許庁 (特許電子図書館)	〒100-8915 東京都千代田区霞が関3-4-3	03-5690-3500	[特許電子図書館] <a href="http://www.ipdl.ncipi.go.jp/homepg.ipdl">http://www.ipdl.ncipi.go.jp/homepg.ipdl</a>
独立行政法人 工業所有権総合情報館	〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-3 特許庁2階	03-3501-1101 (内) 2121~23	<a href="http://www.ncipi.go.jp">http://www.ncipi.go.jp</a> [特許流通データベース] <a href="http://www.ryutu.ncipi.go.jp">http://www.ryutu.ncipi.go.jp</a>
(財)日本特許情報機構 (JAPIO)	〒135-0016 東京都江東区東陽4-1-7 佐藤ダイヤビルディング6階	03-3615-5511	<a href="http://www.japio.or.jp">http://www.japio.or.jp</a>
(社)発明協会	〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-9-14 発明会館	03-3502-5421	<a href="http://www.jiii.or.jp/">http://www.jiii.or.jp/</a>
アジア太平洋工業所有権センター(APIC) 外国相談チーム	〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2 商工会館	03-3503-3027	<a href="http://www.apic.jiii.or.jp/index.htm">http://www.apic.jiii.or.jp/index.htm</a>

### ●海外

組織名	所在都市	ウェブページ
アメリカ特許商標庁(USPTO) United States Patent and Trademark Office	バージニア州アーリントン (Arlington)	<a href="http://www.uspto.gov/">http://www.uspto.gov/</a>
イギリス特許庁 The UK Patent Office	ニューポート (Newport)	<a href="http://www.patent.gov.uk/">http://www.patent.gov.uk/</a>
ヨーロッパ特許庁(EPO) European Patent Office	ドイツ ミュンヘン(Munich)	<a href="http://www.european-patent-office.org/">http://www.european-patent-office.org/</a>
世界知的所有権機構(WIPO) World Intellectual Property Organization	スイス ジュネーブ(Geneva)	<a href="http://www.wipo.int/index.html.en">http://www.wipo.int/index.html.en</a>

## 資料4 民間支援機関(最近のトピックから)

### ■テクノサーチ株式会社

トヨタ自動車や中部電力など 27 社が出資し、日本最初の民間先行技術調査会社として 2004 年 10 月 5 日に設立されました。2005 年 4 月業務スタートを目指し準備中です。

従来、特許庁からの先行技術調査の外注は財団法人工業所有権協力センター（IPCC）で行なっていましたが、特許審査迅速化法案等の成立に伴い民間会社でも「登録調査機関」として業務を受託できるようになりました。特許庁から委託を受け、同社の調査業務実施者(サーチャー)が同庁のデータベースにアクセスし、出願案件がすでに登録されているか、いないかなどについて調べる予定です。

受託分野として、特許 39 分野のうち「動力機械」「運輸」「一般機械」の 3 分野を挙げ、“クルマ”の愛知らしく自動車関連分野に特化しています。将来はファインセラミックスなどの分野にも広げるとともに、特許庁からの委託だけでなく、企業からの求めなどにも応じて調査業務をしていく計画です。

スタッフとして、サーチャーを 3 分野で各 10 人以上雇用する予定で、企業からの出向者に加え、研究開発や知的財産業務に携った企業OBを充てるとしています。

### ■NPO法人「知的財産よろず相談所」

メーカーや商社などを退職した企業OBが集まり、中堅・中小企業の特許取得などを支援する特定非営利活動法人(NPO法人)が愛知県で設立されました。知的財産についての専任担当者や専門部署を持たない中堅・中小企業を対象に、特許関連の相談に応じたり、大企業との橋渡し役を務めて特許技術の製品化を後押しします。ベンチャー企業の知的財産活用を促し、事業チャンスを広げる狙いです。設立メンバーには機械メーカーや大手商社の特許部門の元担当者など 7 人が参加しています。



**中堅・中小企業のための  
知的財産の戦略的活用手法**

平成 17 年 3 月発行

制作発行 財団法人中部産業活性化センター  
(担当：調査部長 堀内 勉)  
〒461-0008  
名古屋市東区武平町 5 - 1 名古屋栄ビル 10 階  
TEL : 052-961-7650

制作協力 株式会社 U F J 総合研究所  
(担当：主任研究員 鶴田哲也)  
〒460-8621  
名古屋市中区錦 3 - 20 - 27  
TEL : 052-203-5322