

株式会社

商事法務インタビュー

編集部：雑誌の歴史と編集体制についてお聞かせ下さい。

商事法務：編集体制は現時点で申し上げますと4名で、そのうち兼任が1名です。

編集の特徴は、NEW BUSINESS LAW なので、1点目が「NEW」すなわち最新のトピックにフォーカスしている点、2点目がその分野で最高・最良と思われる執筆者に依頼するという点、3点目が知財も扱いつつ、「BUSINESS」すなわち企業の法務部の方々が読んで役立つ、また、企業法務弁護士の方にも有益な内容である点です。

歴史というか経緯は、公益社団法人商事法務研究会の機関誌である「旬刊商事法務」から昭和46年10月に分かれて、企業法務向けの「NBL」が創刊されました。ほぼそれと同時期に、公益社団法人で事務局をお預かりしている「経営法友会」という組織ができました。企業の中の法務部の立ち位置をいかに強くするかという目的で、全国のネットワークを作ろうということのできた団体です。弊誌は、法務部の歩みと平仄を合わせた歴史を積み重ねて参りました。

編集部：扱う範囲も、最新のトピック、旬なネタを拾っていくということで、特集を決めたり、お忙しい第一人者の先生に原稿を頂いたりするのは大変なのではないかなと思うのですが。

商事法務：まず、新しい情報を仕入れるための努力をしています。

最近始めました「商事法務ポータル」(<https://www.shojihomu-portal.jp>)で、毎日、新聞やネットから抽出した情報をいち早く、ストレートな情報として一度読者の皆様にお渡ししています。官庁や企業が出した情報から企業法務で必要なものを選択しています。毎日どのような情報が官庁や企業から発信されるかというのがわかりますので、そこから、アイデアを作っています。また、それ以外にも、東証が出すような適時開示の情報、新聞情報、あるいは、大学の紀要も含

めた雑誌情報の中から、今どのような問題が起きているのか、どのようなニーズがあるのかというのを徹底的に探して考えるという、そんなプロセスで作業しております。

編集部：それが発行日の半年ぐらい前ですか？

商事法務：比較的長い例ですと、1月15日号の内部通報制度の記事ですが、これは1年ぐらい前からいろいろところで議論がされたり、消費者庁で議論も進められたりしていましたので、相当前から企画を立てて相談することが可能でした。反対に、2月15日号の景表法による初の課徴金納付命令の記事は、1月の下旬に命令が出てから、2月の中旬には校了して印刷にかけました。大体執筆依頼からゲラチェック、校了までは、10日もなかったです。ただ、この場合は、日頃からおつき合いのある執筆者の方でしたので、迅速に掲載することができたということです。

編集部：既に何回も執筆をお願いしていらっしゃる先生ということですか。

商事法務：はい。研究者の先生が執筆に入る場合には、ご検討期間だけでなく引用文献の精査などにご配慮しなければなりませんので、そこは、3カ月、4カ月、長ければもっと前から準備する場合があります。

編集部：誌面作りや特集作りで、ご苦勞されていることはありますか。

商事法務：弊誌は月2回刊なので、年間に24本、新しい話題を提供するのは結構きついといえばきついのですが、NEW というのに注力していることもあって、ほぼ話題がなくなることはないですね。

それが、読者の方のニーズにマッチしているかどうかは別の問題がありますが。難しいところは、やはりNEWとMASSがなかなか一致しないというところです。先端の分野となりますと、どうしても一部の企業や、一部の弁護士の方は非常に関わりをお持ちなのですが、読者全体となるとなかなかそうではない。そのギャップを埋めるのに苦勞しています。

編集部：そうすると、NEW な話題と MASS な話題の優先順位とか、どちらに重きを置くかというあたりで、毎回苦労されているという感じですか。

商事法務：それにはいつも悩みます。ただ、MASS の話題を扱うと、やはり基礎的なものが多くなりがちです。そうしますと、毎年同じような企画を繰り返すことになりかねません。ただ、MASS な部分もきちんと扱っていきます。例えば、今年になってから、国際契約の基本的なことを継続して掲載しています。

また、スピード感の問題では、ネットですと判決が出た 1 週間後には簡単な内容でも解説が出てしまいますので、そこをどのように補完するかは、先の「商事法務ポータル」という事業で速報性を補完しております。

編集部：パテント誌をご覧になられたことはありますか。

商事法務：弊社にはパテント誌の蔵書がないことがわかりまして、ネットで読めるようになっていきますので、それを読み合っ、毎月の特集を拝見してみました。なるほど、と思ったのですが、やはり PDF だと雑誌の質感がわからないですね。したがって、データベースで私どもの雑誌を見ていらっしゃる方は、雑誌の質感を感じにくいのだろうなと思いました。

編集部：電子化の問題は、結構毎年のように上がっては消えていますね。誌面でないとなかなか手にとらないという人も結構いらっしゃって。あとは、書面にしておくと国会図書館に自動的に入れてくれるので、電子化一本みたいな話にはなりませんね。一方で、紙だけだと不便だから、電子化でもちょっと見られるようにして欲しいという要望もあつたりします。読者の方からの意見というのは、フィードバックがあるんですか。

商事法務：読者の方からの意見は、最近では意外と来ないですね。ただ、来ると間違いなく後ろには、大体 100 倍ぐらいの同じような声があるというように考えます。

編集部：1 つの声があると、100 倍の声。

商事法務：はい。1 本、勇気あるご連絡がある背景には、同じ考えが 100 とか 200 とかいうロットであるかなと思います。それが何となく今、フェイスブックで展開すると、リアルにわかるような感じが出てきたかなと思います。ご批判が多いことは確かですが、ふだん厳しい先生がほめてくださると、ああよかった、とい

うのはあります。

編集部：ところで「NBL」は 2 色刷りですが、これは何か理由があるのですか。

商事法務：一昨年の 1 月から、思い切ってカラーにしました。ぱっと手にとって読もうとしたときに、どのようなパンフレットでも今、4 色刷りになっているのに、専門雑誌だけ 1 色というのは何となく変かなと思っていました。新聞も今は、ほぼフルカラーになっていますよね。それからすると、商業雑誌としてお出ししているのに、色がついていないとやはり読みにくいなというのがありました。

知財分野の雑誌は、カラーにする必要性というのがおありでしょうか。例えば医療関係の雑誌ですと、写真を多用することが求められて、カラーにせざるを得ないと伺うことがあります。法律分野では、そういう必要性はあまり多くないかもしれませんが。

編集部：商標とか意匠関係だと、カラーであったほうがいい場合がありますね。色彩の商標の話をするのに、文字にするとわかりませんので。今の「パテント誌」は白黒なんですけど、色の商標が登録になってきていることを考えると、今後どうなっていくのかなという気はしますね。

「今後の知財業界における雑誌の役割は？」という質問に予め書面でご回答頂いていますが、そのご回答の中の「羅針盤」という言葉が、非常に素敵だなと思いました。ツイッターやフェイスブックが盛んで、いろいろスピードが求められる状況であっても、雑誌、特に法律系の雑誌は、机の上に 1 冊いい雑誌というか、お気に入りというか、自分の役に立つような雑誌って、必ず置いてあるような気がします。「NBL」は企業法務の羅針盤という感じですか。

商事法務：情報が過多であることは間違いないので、その情報の中で何が大事なのかをある程度取捨選択できるのがいいのかなと思います。そこにある程度の個性を出して、この雑誌はこういうモチーフでつくっているのだ。そこに信頼があれば、恐らくは今後もやっていけるのかなと感じます。また、そのようなものがないといけませんし、世の中の情報が大きく流れているときに、何らかの定点で発信し続けるものでありたい。

したがって、中立性、客観性ですとか、いろいろなことを言われますが、ある意味では定点でいるというような、信頼を勝ち得るような、そういう視点を私ど

もは持っていかないといけない。それは雑誌以上に、ネット上で情報を発信するときにもすごく感じるところです。

ただ、商業雑誌を発行しておりますと、どの雑誌も売上げが右肩下がりという状況の中で、本当に、今申し上げたような格好よいことを言って、それで生き残れるかどうかという問題もあります。しかし、月2回刊を維持しようというのは、ある意味では特徴かもしれ

ません。今、軒並み雑誌が月1回化しつつありまして、月1回化しますと、どうしても重厚な特集主義を組む方向に行かざるを得ないのかもしれないかもしれません。月2回出すことで、ネットよりは遅いかもしれませんが、ある程度スピーディーに問題を取り上げることができて、やはりそれに対してはそれなりの大きな反応があります。そこは特徴として持って行きたいなと思っています。



インタビュー風景



ヒット商品は こうして 生まれました!

平成28年
改訂版

ヒット商品を支えた知的財産権

「パテント・アトニー誌」で毎号連載しております、「ヒット商品を支えた知的財産権」。

こちらの記事を一冊にまとめた「ヒット商品はこうして生まれました!」は発明のストーリーをコンパクトにまとめたもので、非常に好評を博しております。

是非ご覧いただき、知的財産、更には弁理士への理解を深めていただければ幸いです。

JPAA
Information



◆本誌をご希望の方は、panf@jpaa.or.jp までご一報ください。