

知財教育の実効性を高めるポイント

会員・平成 27 年度知財経営コンサルティング委員会委員長 **田中 康子**

要 約

中小企業の知財活用支援の一つとして、企業へ知財教育を行い知財マインドの向上を図ることが挙げられる。中小企業に向けて知財教育を行う場合、カリキュラムとしては、特許等知財の出願権利化、秘密情報の保護、他者特許対策、あるいは契約等が挙げられ、一般的な知財教育のカリキュラムと変わりはない。しかし、より実効性の高い教育とするためには、教科書通りの説明をするだけでは足りず、中小企業の実情に合わせて内容に軽重を付けたり、より身近な実例を多く挙げる等の工夫が必要である。そこで、中小企業に対する知財教育の実効性を高めるポイントについて解説する。

目次

1. はじめに
2. 中小企業への知財教育カリキュラム
3. 知財教育の実効性を高めるポイント
 - (1) 知財出願権利化編
 - (2) 秘密情報の保護編
 - (3) 他者権利対策編
 - (4) 契約編
 - (5) 商標編
4. まとめ

1. はじめに

中小企業の知財活用に関して、特許庁をはじめとする国や、地方公共団体等の公的機関による支援、あるいは日本弁理士会の様な私的機関による支援が年々充実してきているが、中小企業の知財マインド（知財意識）は、まだまだ向上の余地があるのが実情である（図 1 参照）。

中小企業支援においては、企業側からの要望に応じ、彼らが気づいた課題について相談を受けたり、彼らが認識している案件に関する特許等の出願依頼を受けたりするのが通常である。しかし、企業側が気づいていない水面下の部分や、知財部員や弁理士とは縁のない日々の現場に、課題や発明のネタがあることが多い。このような、水面下に潜む、あるいは日々の現場にある課題や発明のネタを逃さないようにするためには、知財教育によって、経営者や社員の知財マインドをさらに向上する必要がある。それゆえ、知財教育も

中小企業支援における一つの重要な選択肢といえるのである。

また、ひと口に「中小企業」と言っても、その規模、歴史、業種や業態によって様々であるので、企業によって教育内容に軽重を付けたり、内容や事例を変える必要があると考える。

本稿では、知財活用支援を目的とした中小企業への知財教育において、より実効性を高めるためのポイントを、筆者の経験・知見に基づいて解説する。尚、ここでの「中小企業」には、個人事業やベンチャー企業も含むこととする。

参考資料②：中小企業の知財意識

特許庁

- 中小企業においては、自社の知財活動や販売活動、製造活動等の事業活動のうち、知財活動を重要と認識している割合は、他と比べて低い（知財意識が低い）。
- 販売活動や開発活動を「非常に重要」と回答した割合が50%を超えるのに対して、知的財産活動は20%にも満たない水準で、製造活動や市場調査活動よりも低くなっている。

知的財産活動と他の活動の重要性の比較（全体）



平成26年度中小企業等知財支援施策集計分析事業「中小企業の知的財産活動に関する基本調査報告書」（特許庁）

6

（図 1 中小企業の知財意識）

特許庁資料「中小企業向け知財普及活動について」より（参考資料 1）

2. 中小企業への知財教育カリキュラム

中小企業への知財教育においても、知財教育カリキュラムは、例えば次の様な、企業における知財活動

が中心となり、項目自体としては大きな特徴はない。

- ・ 知財出願権利化
- ・ 秘密情報の保護
- ・ 他者権利対策
- ・ 契約
- ・ 商標

しかし、図1に示すように、中小企業においては、自社の事業活動のうち知財活動を「非常に重要」と認識している企業の割合は低く、例えば、販売活動を重要と考える企業が50.8%、開発活動では50.3%であるのに対し、知財活動が非常に重要と考えている企業は、19.4%に留まる。そのため、知財教育が非常に重要と認識する割合も必然的に低くなり、教育の必要性すら感じていない企業が多いのが実情である。

したがって、教科書的な内容を説明する座学による教育を行っても、そのアウトプットとして、知財マインドが著しく向上することは期待薄である。そしてそれ以前に、知財活動を重要と考えていない企業に、知財の話聞く機会を作ってもらおうことすら難しいというのが筆者の実感である。

また、中小企業は、規模、歴史、業種や業態によって、さらに経営者の個性を反映して社風や習慣がバラエティに富んでいる。そして、この「バラエティ」に伴って、実は知財マインドもバラエティに富んでおり、時には驚かされることがある。まず知財教育を行う前に、企業の規模、歴史、業種や業態だけでなく、経営者の性格や、社風、習慣などについてもできるだけ情報を仕入れておくことが、教育の実効性を高めるために役立つ。

難しいのは、企業の実情にそくした事例を入れながらも、最終的には、教科書に記載してあるような知財活動の原則を理解し、知財マインドの向上が図れるようなコンテンツを提供しなければならないという点である。以下、カリキュラムごとに、知財教育の実効性を高めるポイントについて説明する。

3. 知財教育の実効性を高めるポイント

中小企業に対する知財教育の実効性を高めるポイントについて、知財出願権利化編、秘密情報の保護編、他者権利対策編、契約編、及び商標編のそれぞれに分けて述べてみたい。

(1) 知財出願権利化編

知財出願権利化に関する教育を行う際、特に、「アイデア（発明）を見逃さない」、「何を出願権利化するか」、「何のために出願権利化するか」、そして「共同出願の怖さ」について説明することが知財マインド向上のために有効だと考える。以下、これら項目ごとに説明する。

<アイデア（発明）を見逃さない>

日本の中小企業では、特許権等の知的財産権を「とてもレベルの高いもの」と考えている傾向が強くなり、自分たちが開発・製造するもので特許権がとれるとは夢にも思っていなかった、ということが少なくない。これは特許性（特に、進歩性）に対する理解不足が原因であり、特許制度を良く知らない場合に起こるのはもちろん、その道のエキスパートである技術者が、特許性について知っているが、エキスパートであるがゆえに、勝手に進歩性のハードルを上げてしまっている場合にも起こる。すなわち、この程度のアイデアに特許性があるとは思えないと勝手に思い込んでしまうのである。

このようにして、自社の技術を何も出願しないまま、設計図やサンプルを提示したり、製品を販売したりして公開してしまうと新規性を失い、権利化する機会、すなわち市場独占や交渉における優位性という機会を損失してしまう。最悪の場合は、設計図やサンプルを提示した相手に権利化されることも起こりうる。

このような問題を防ぐためには、新規性・進歩性について、単に教科書にある説明をするだけでは足りず、日常的に起こる事柄を例として用い、リアルな説明をする必要がある。例えば新規性については、彼らの技術分野に該当する発明を例にして、「画期的な新製品ができたからといって、設計図を得意先の営業担当に見せたら新規性を失う可能性があります」というように説明する。また、進歩性については、類似技術の他者特許をなるべくたくさん提示して、この程度のアイデアでも進歩性が認められるという感覚を持ってもらうことが効果的である。

さらに、アイデア（発明）等ネタの発掘については、この程度のものに特許性が・・・と思う以前に、単にスルーしてしまっただけで見落とすことが想像以上に多い。

これを防ぐことは、実は非常に難しいが、意外にも、同僚との情報共有が効果を発揮する。例えば、隣の席

の同僚に、「今、こんな部品を作っているんだけど」、「このところがうまくできなくて」という具合に、作っているものを見せる。または、「こんなに良いものができたよ」という自慢でも良いかも知れない。この時に、開発品を見た隣の同僚が、「ここは今までなかなか作るのが難しかったパーツだから、特許性があるんじゃないか?」というようなアドバイスをすることで、ネタに気づくことができるのである。教育コンテンツの中に、このような日常の同僚間のやり取りを入れることで、実効性を高められる。

<何を出願・権利化するか>

「何を出願・権利化するか」を検討する段階は、少なくとも発明は発掘されていて、おそらく弁理士への相談まで行きついている段階だといえる。しかし、ここまで来ても、企業側が「何を出願・権利化するか」を意識していないと、弁理士の提示する出願書類案を、深く考えずにそのまま承認して出願し、実際に彼らの利益に結び付く製品とは違うものを権利化してしまった、ということになり兼ねない。(もちろん、教育云々の前に、出願相談でこの点をフォローできればそれはそれで結果オーライである。)

企業が製造販売する製品は、最終製品、部品、中間工程品等さまざまである。原料や材料となる部品も、自社で製造したり他社から購入したりする。通常、特許出願の対象は、最終製品を販売するならその製品、部品を販売するならその部品の様に自社が販売する形態とするが、下請けの場合やある特定の企業からの注文生産のような場合は、何を出願して権利化すればよいのか慎重に検討する必要がある。さらに、取引先との間で出願に関して何らかの契約が有るかどうかを確認することも必要である。

このような問題は、出願案件があがってきた時に、弁理士との出願相談を行う場面で解決できる場合も多いと考える。しかしそれでも、企業サイドに少しでも認識があれば、出願相談の際に、よりの確に状況を聴取し、とりこぼしを防ぐことができる。例えば、取引先との間に、守秘義務や特許出願を禁止するような取極めがある場合にうっかり出願してしまうことを防止できる。

<何のために出願・権利化するのか>

中小企業の関係者と接していて、「特許出願イコー

ル特許権の取得である」、「権利取得できないなら出願しない」と考えている方が多いと感じる。売上げが上がる前に知財のために投資する予算が無い場合は、仕方がないともいえるが、予算の問題があるならばなおさら、出願にはいくつかの目的があることを知って、知財制度を知財活用に利用して欲しいところである。

この問題を解決するには、改めて知財教育を行う必要もあるが、その他、出願相談の時点で積極的に「何のために出願・権利化するのか」を話題にすることも必要であると考えられる。しかしながら、弁理士の立場としては、この話題を出すと、出願しないという結論に至る可能性があるので慎重にならざるを得ない。ただ、長い目で見れば、顧客の信頼を得られることにつながるし、相談のもっていき方によっては、実は他に「出願すべきアイデアが沢山あった」という結果になることもある。さらに、ここで信頼を得られると、知財教育の申し出を聞き入れてもらいやすくなるという間接的な効果もある。長きにわたって信頼関係を維持したい顧客に対しては、OJTを含めて「何のために出願・権利化するのか」について議論してみるのも、ある意味で教育の実効性を高めることになる。

<共同出願の怖さ>

中小企業は、下請けをしている場合が多く、例え下請け側の単独発明だったとしても、元請けから当然の様に共同出願を持ちかけられる。通常、下請け側がこのような申し出を断ることはほとんどない。むしろ、共同出願により費用を折半してもらえて喜んでいることすらある。実際には、費用負担させられたうえ、権利になったら無断で他の下請けに業務委託されてしまう可能性があるというリスクがあることを知らないで・・・

弁理士は、出願相談を受けた段階で共同出願のリスク（通常は下請けにとってのリスク）に気づくことになるが、共同特許出願人の双方（元請け・下請け）を目の前にして、「将来特許権を取得した際に、共同特許権者である元請け業者は、他の共同特許権者である下請け業者に断らずに、他の下請け業者に業務委託できますよ。」、「共同出願契約で何か縛りを入れておく必要はありませんか?」とは切り出しにくい。

このような事態を防ぐために、中小企業向けの知財教育では、どこかで必ず共同特許出願のリスクについて説明する必要がある。特に、関連する契約の有無を

確認しつつ、可能な限り、新製品の設計図やサンプルを公開する前、あるいは共同研究開発を始める前の段階で、単独で特許出願しておくことを説明しておく必要がある。

(2) 秘密情報の保護編

営業秘密（ノウハウ）の保護は、中小企業にとって知財出願権利化と同様に重要であることは言うまでもないし、企業自体もそのことは認識している。しかし実際に現場を見ると、問題は山積みである。自社のノウハウを認識して保護している企業であっても、保護の仕方に問題をはらんでいることが少なくない。

問題解決のためには、まず営業秘密とは何か、営業秘密が漏えいするとどうなるかを教育する必要がある。この点も、先に述べた新規性や進歩性と同様、単に教科書通りの説明をするだけでは実感がわかないので、より身近な事例をできるだけたくさん挙げるのが必須である。最近では、営業秘密漏えいや個人情報漏洩による被害、あるいは加害者への処罰について、不正競争防止法の改正も含めて、大きく報道されているし、テレビドラマでも設計図を持ち出して競合に渡すという場面も登場する。しかし、それでもなお、中小企業の現場では当事者意識が驚くほど低い。実際に被害者や加害者になるまでは現実のものとしてとらえにくいかもしれない。大きなニュースがあった時に、タイムリーに注意喚起する等して根気強く繰り返し教育していく必要がある。

(3) 他者権利対策編

他者権利対策とは、他者権利を尊重する（侵害しない）こと、具体的には、製品販売前にクリアランスを行うことであり、リスク管理の一つといえる。コンシューマー向けの最終製品を製造販売する場合は必須である。また下請けとして部品を製造販売する場合も、契約等の状況次第では、自身でクリアランスを行う責任がある場合があり、ほぼすべての製造業にとって、無視できない知財活動の一つである。

したがって、中小企業に対して、クリアランスをきちんと行わずに製品を上市すると、権利者から侵害で警告を受けたり訴えられたりする；訴訟で敗訴すれば、実際に損害賠償等を支払う上、訴訟費用も支払わなければならない；敗訴しなくとも、訴えられたということだけで、企業としての信頼を失い、企業イメー

ジも損なうという、計り知れないダメージを受ける；ということの説明するようにしている。しかし一方で、他者権利を一切気にせずに製造販売を行ったとしても、他者の権利を侵害するとは限らない上、他者権利を侵害しても必ず訴えられるとは限らない。つまり、クリアランスをしなくても問題が起きないことがあるのも事実であり、人手がなくて手が回らない、売り上げが立つ前からクリアランスとやらにお金をかけられないと考える経営者も少なくない。特に、これまで何ら問題が無かった企業では、クリアランスを重要視しない傾向が強い。

この様な問題を乗り越えて、中小企業に他者権利対策を浸透させるためには、もちろん根気よく、侵害とは何か、侵害した場合には、差止めや損害賠償という代償があることを、より身近な実例を挙げながら伝えることが必須である。しかし確かに、全ての製品についてクリアランスを行うと、確かにその手間とコストは膨大になる。

そこで、単純にクリアランスの徹底を説くだけでなく、売上げが大きい製品や競合他社がいる場合はクリアランスを行うといったポリシーを決め、取捨選択してクリアランスを行うことも含めて教育を行う必要があると感じる。

ちなみに、クリアランスというと、特許に目が行きやすいが、業種・業態によっては商標等についても検討する必要がある。

(4) 契約編

知財教育の中で、契約というと、秘密保持契約、共同研究・開発契約、特許等実施許諾契約、特許権等譲渡契約、共同出願契約あたりが主だったものであると考える。企業側も、これらの契約は知財に直結する、あるいは関連する項目が含まれると認識しているものと思う。しかし、これらにとどまらず、他にサンプル提供契約、試作品の製作契約、原料・部品製品の供給契約、技術指導契約、製造委託契約（OEM契約）などにも、契約期間内に発生した知財の取扱に関する条項を入れる等、知財の活用利用できる場合があることも合わせて説明したい。

また、契約に関する教育を行う際は、企業の規模や組織体系にもよるが、経営者、技術者、知財（法務）担当者他、営業、経理、製造、仕入れ等の担当者も対象とすることが重要である。

そしてもう一つ、「契約の管理」についても教育の対象に入れることが望ましい。企業の知財を活用できるような契約を締結できることが第一であり、これを達成することは一つの大きな目標であるが、契約が生きてくるのは締結後、特に忘れたころである。例えば契約締結から数年後に、元請けの販売する製品について侵害事件が起きた際に、契約で「係争については元請けにおいて費用負担を含めて責任を負う。」という条項があればどれほど救われるか知れない。しかし、肝心なときに思い出して活用できなければ、意味がない。よって契約締結後、契約に沿って期限通りの支払いや、相手方への連絡、あるいは契約更改等を実行するための管理も忘れてはならない。

契約は、下請け型企业や、自社の発明を権利化して譲渡することが事業の肝であるベンチャー企業において重要度が高い。これらのタイプの企業では、より重きを置いた教育が必要である。

(5) 商標編

自社でものづくりをしていない商社等においては、特許、実用新案、及び意匠の権利化をすることはほとんどないと思われるが、商標については出願権利化の可能性を検討する必要がある。

ものづくりをしない企業では、ものづくり企業に比べて知財マインドは同等またはそれ以下であることが多いので、まず知財教育の必要性を説き、身近な事例を挙げて教育を行う必要がある。ここで、参考になる資料として、日本弁理士会が発行する、お馴染みの冊子「ヒット商品はこうして生まれた！」(図2参照)を推薦したい。これまで、小学生向けの出前授業、大学生のゼミ、社会人向けの教養講座、そしてベンチャー企業で紹介した実績があるが、幅広い分野の商品が豊富に掲載されており、どこでも好評であった。

尚、商社の様な、仕入れた製品をそのまま販売することが多い業種では、販売する製品について自社で商標権を取得することはあまりなさそうだが、小売業としてのブランド作りというオプションがあり得る他、小分け、詰め替えによる他者の商標権侵害のリスクをはらんでいることがある(そして、中小企業におけるこのリスクの認識度は極めて低い)ので、この点についてはしっかり教育する必要がある。



(図2 ヒット商品はこうして生まれた!)
「ヒット商品はこうして生まれた! ヒット商品を支えた知的財産権」(平成26年改訂版)日本弁理士会(参考資料2)

4. まとめ

中小企業の知財マインド向上のために知財教育を行うにあたって、まず知財教育を行うことを受け入れてもらうところに大きな第一関門がある。次に、教科書通りの知財教育を行っても当事者意識をもって聞いてもらえず、効果を上げるのは容易ではないという二つ目の関門がある。

そんな課題を抱えた筆者の経験に基づく苦労話を、「知財教育の実効性を高めるポイント」という形にまとめてご紹介させて頂いた。中小企業の支援を行う皆様にとって、多少なりともお役に立てれば幸いである。

以上

(参考資料1): 特許庁資料「中小企業向け知財普及活動について」平成26年6月9日総務部普及支援課
http://www.jpo.go.jp/shiryou/toushin/kenkyukai/pdf/chusho_chizai_shien_haifu03/shiryou04.pdf

(参考資料2): 「ヒット商品はこうして生まれた! ヒット商品を支えた知的財産権」(平成26年改訂版)日本弁理士会
http://jpaa.or.jp/webbook/hit26/book_swf.html
(原稿受領 2015. 12. 3)