

知財パラダイムシフト

——知財活動の劇的变化——

久 慈 直 登*

抄 録 パラダイムシフトは、時代や分野の常識が変わり、新しい考え方が主流になる場合に使われる言葉である。日本企業の知財活動の常識はどのように変わったのか。1950年から2000年までの半世紀は日本企業が順調に成長して世界でシェアを伸ばした時代であり、その間の知財活動は緩やかに進化していたといえる。変化が目立ち始めたのは2000年前後からである。そのきっかけになったのは何か、知財活動はどのように変わってきたのか、いくつかの視点から論説する。

目 次

1. はじめに
2. グローバル産業競争の変化
 2. 1 日本出願から国際出願へ
 2. 2 秘密情報の防衛
 2. 3 侵害摘発と権利行使
3. 異分野からの参入
 3. 1 金融ビジネス
 3. 2 タックスポリシー
 3. 3 ブランドと情報分析
 3. 4 環境と健康、そして公共の福祉
4. おわりに

1. はじめに

知財のパラダイムシフトはさまざまな場面で生じているが、シフトのきっかけになった事実が大きく2つある。

まず20世紀においては日米欧の企業だけが知財の世界でのメインプレーヤーであったのに対し、21世紀になり新興国企業が同じステージに続々とあがりグローバル産業競争にチャレンジし始めた事実であり、次に知財の仕事は知財専門家による仕事という完結したスモールワールドであったのに対し、金融、税務、情報、環境、

健康など他分野の専門家たちが大挙して知財の世界に参入してきた事実である。

いずれも21世紀に入ってから約14、5年ほどの間に急速に生じたことである。そのため従前のマニュアルのまま日常業務に追われ、世界を見ることがおろそかになっていけば、今も機械的に日本特許出願を繰り返すことだけが知財の仕事と信じて疑わない状態が続く。実際の状況に合わない仕事は効果が少ないばかりかマイナスの作用もする。どのようにパラダイムシフトを感じとり、自社の新しい知財活動を行うか。本稿がいささかでも刺激になれば幸いである。

2. グローバル産業競争の変化

2. 1 日本出願から国際出願へ

知財活動のこれまでの常識は、発明が生じたらできるだけ早く日本に特許出願をして、1年以内にその2割程度を外国出願するというものであろう。日本出願は小さな発明でもよく、改善提案のようなものでもかまわない。企業内で

* 日本知的財産協会 専務理事 Naoto KUJI

事業所ごとに発明活動を競い、出願件数を比較している場合には各事業所で設定した目標達成のためさらにこの傾向に拍車がかかり、あらゆる発明・考案を出願することになる。

日米欧の企業のみが世界の市場でライバルであった時代は、日本企業は強力なポテンシャルを持つ他の日本企業の牽制のために日本出願を強化し、それがそのまま世界の競争に直結していた。その状況下においては日本出願件数を増やす活動が最も有効であった。出願件数の競争は、内容そのものではなく出願件数が多いほど合計数で有利に見えるという単純な図式が結果として表れる。この当時の各社の知財戦略資料を今見直してみるといずれも同業他社との出願件数の経年の比較が中心である。電機業界のように1万件を超える競争をするところもある。自動車業界のように数千件レベルのところもある。業種や製品の特性により規模は違うが競争の図式は同じである。出願戦略として件数を増やすために狭い請求範囲にすることなどもテクニックとして行われた。狭ければ出願件数が増えるうえ登録にもなりやすい。しかし権利行使するとなると小さすぎてあまり役に立たないことも多くなる。改善提案活動により工場の現場で作業効率のための改善や改良はたくさん生まれるが、それらをいくら出願したとしても実際には権利行使は難しいものが多い。他社の工場で実際に使っているかどうか調べるわけにはいかないからである。改善提案レベルのものだけではなく生産技術の特許出願はこの問題を本来的に抱えている。市場にでてくる他社の商品を見ても侵害しているかどうか判断がつかないことが多いのである。つまり生産技術はそれによってしか作れないというものでない限り、可能性として他の方法によって作ったのかもしれない、それが特定できない以上侵害警告は出せない。そのため積極的な権利行使にはなじまない。しかし工場での出願件数は企業

の知財活動の活発さを表す指標値にもなるため、出願しないという割り切った判断はしにくいものであった。それでも20世紀後半の良き時代にはライバルの日本企業たちは相手の権利を尊重するという良きマナーがあり、その範囲で一定の効果はあった。ライバルたちは他社の知財に敬意を払って回避するように努力し、回避しきれない場合は実施申し入れをしたからである。

21世紀の状況は、新興国企業が日本の公開特許公報を参考にして技術を学び、日本企業が出願していない国でその技術を使った商品をつくり、日本企業が出願していない国で商売をし、その市場を奪う。新興国企業はもともと出遅れて市場に進出してきているため、古き良き時代のマナーは期待できない。彼らは特許公報から技術を学び、黙って使い、警告を受けても非侵害を主張する。この状況下で大量の日本出願をすることは世界に向けて膨大な技術資料を提供することになる。これは出願1件につき日本企業が費やした数千万円の研究開発費を彼らに節約させる結果になる。日本企業にとって現在の競争相手の新興国企業の行動を知っていながら、それでも大量の日本出願を続け、その後米欧にのみ外国出願をするのは、日本国内の競争だけを窮屈にさせ国の競争力を弱体化させる一方で、新興国企業を利するという結果をもたらす。

競争環境が変化すると、日本出願のパラダイム、すなわちあらゆる発明を早くまず日本に出願し、その後1年以内に米欧にパリ条約ルートの特許出願をする、という常識も変化する。それではどのような出願戦略をとればいいのか。答えは明白である。市場の商品を見るだけでは分からない技術は出願する必要はない。同じ結果をもたらすいくつかの方法がある場合の生産技術や材料の分析だけでは分からないその生成過程の温度や時間などについては出願しない。

日本出願は侵害摘発のできる内容にすることを基本とし、外国への出願はPCTルートにより2年半で各指定国を選ぶようにする。指定国を考える時間が長くなればグローバル産業競争の状況がよりはっきりしてくるので、競争相手の国や新興市場のカバーがより柔軟にできることになる。また可能な限り英語で出願書類を最初から用意することにより、余計な翻訳費用や言語のずれによる内容のずれを回避できる。それは訓練としてグローバル人材育成にもなり、次の世代の知財部門メンバーたちが常に世界の競争をみる視点をもつことにつながる。

以上のことはグローバル企業だけではなく、国内ビジネス中心の企業や中小企業、地方企業でも、近い将来のTPP¹⁾やRCEP²⁾などの経済連携協定により商品がエリア内を自由に流通することになるときに直面する問題である。そのため今から変化を意識したうえで、新しい知財活動をどのようにするか考えておくべきである。

日本が参加する経済連携協定のエリアにおいては、欧州のように統一特許制度や統一特許裁判所がすぐにできることにはならない。欧州はEU加盟国の産業レベルに大きな差がないために統一制度を形成しやすいが、TPPやRCEPに参加予定各国の産業レベルはそうではない。競争力の強い国は知的財産権を強化する方向での意見になり、まだ発展途上である国の場合には自国産業の育成のための時間が必要なため強い知的財産権の存在は妨げになると考える傾向があるからである。そのため日本が参加する経済連携協定の発効後であっても統一された知財制度ということはすぐにはなく、現在の各国の知財制度が一部修正されて継続するであろう。それでもビジネスや競争相手は時間がたつにつれ日本だけでなく経済連携協定の各国に次第に拡大することになる。そのため国内ビジネス中心の企業においても出願の考え方は日本国内だけ

をみるのではなく、世界の競争をみる視点もち、準備に入らなければならない。

2. 2 秘密情報³⁾の防衛

出願をしないことにした発明や出願前の新しい技術は企業の秘密情報として徹底的に防衛しなければいけない。20世紀後半に普通に行われていた企業のノウハウ管理の手法は、従業員に秘密情報を守らせることを中心に、書類には秘密のスタンプを押し、PCやUSBにはパスワードをいれて管理するというものである。それに対応するかのように不正競争防止法は、秘密を漏えいした従業員の処罰⁴⁾を中心にした構成をとる。不正競争防止法の内容は従業員に対する意識の喚起としては有効なものであるが、それだけでは、意図的に外部から狙って獲りに来ることまで防ぐことはできない。

21世紀では、遅れて産業競争に参加した新興国企業が日本企業の特許出願で公開されていない技術情報や日本企業の重要な秘密情報を知りたい場合あらゆる手を使い獲りに来る。ここでもパラダイムはシフトしている。従来のノウハウ管理のパラダイム、つまり常識は従業員に秘密保持意識を喚起させることであった。しかしシフト後は外から盗みに来ることへの防衛がノウハウ管理である。

この変化は2005年頃から急速に起きているのだが、ではどのような防衛をすればいいか。

詳細は避けるが、実際に米欧中心に世界中で急増している産業スパイ事件の裁判記録に記載されている事実の概要を読むと手口が詳細に示されており、その手口が自社に向けられたときにどのように防衛するか、それを想定し、対抗できるように行うということである。米欧では産業スパイ事件は非親告罪であり未遂や共謀も犯罪になり、さらに囹捜査もできるなど、日本とは捜査の組織や手法が違うのだが、公開されている捜査件数や逮捕件数の急増は日本でも同

様の問題が同じ規模で生じていることを推測させるに十分である。日本では年間数万件レベルでしか公にならないが、米国の例をみると数百件のレベルである。日本では不正競争防止法で営業秘密盗用等が親告罪になっているため、企業自らが犯罪を見つける必要がある。ある程度の証拠をつかんで告訴することにより捜査が開始されることになるものの、最初のステップは企業自らの手で防衛しなければならない。

有効な防御のためには日本企業は各組織の専門性を最大に生かして有機的に連携させた新しいノウハウ管理をしなければいけない。他社の情報（インフォメーション）を獲って役立つ（インテリジェンス）場合、人によるアプローチ（ヒューマンインテリジェンス）に最も注意を向けなければならないのだが、それについては別途紹介の機会をつくりたい。その対策（カウンターインテリジェンス）の基点として重要なものは自社の守るべき真の情報は何かという情報体系の構築である。その点での知財部門の担うべき役割は重い。

それは特許出願をすべき情報とノウハウとして維持すべき情報を分ける仕事であり、その延長上で自社の守るべき情報をランク付けした体系の構築をするということである。市場にでゆく商品から把握できる情報と特許出願書類に記載された情報は公開されるため、秘密情報ではなくなる。公開された情報はオープンソースインテリジェンスという手法での情報分析の対象になるため、何が公開されたのかも把握しておかないといけない。

企業が公開していない情報がノウハウ管理で守るべき秘密情報であるとしても、それらは同じランクではない。内容によって部品取引先や合弁会社に開示しなければならない情報もある一方で完全にブラックボックスにし、社内といえどもアクセス制限をしなければならない情報もある。その価値評価は特許出願内容との整合

性をとる必要がある、そのために知財部門が主体となって情報体系の構築を行う必要があるのである。それをしておかなければ自社の退職者に対してさえ、何が自社の秘密情報であるのか示すことさえできない。

2.3 侵害摘発と権利行使

新興国企業がグローバル産業競争に参入したことにより、権利行使に関するパラダイムも完全にシフトした。20世紀においては知財のプレーヤーは日米欧企業であり、市場の大きい米国に日本企業が進出して生じた軋轢として、日本企業が米国企業より知財侵害として訴えられ、そこでの防御活動が日本企業の知財訴訟での主な活動といえるものであった。日本企業の訴訟担当者は米国企業の特許を調べて侵害か非侵害かの判断をすることが主業務であり、自ら市場に赴き自分の目で侵害を発見して攻撃にでるような活動はあまりしてこなかった。未だにこのときのマインドのまま仕事を続けているとしたら現在の状況には全く合っていない。

21世紀になって新興国企業は世界の産業競争に出遅れた分、意図的に他社の特許の技術を使ってキャッチアップしようとする。そのような商品が出まわっているにも拘らず、市場調査もせず訴訟もしかけずに、手のうちの発明を全て特許出願し公開している先進国企業があるとしたら、それはいい鴨といわれても仕方がないであろう。新興国企業はその先進国企業の商品に類似したものを次々に商品化していけば自ら研究開発せずに一定の成功商品の確保が保証されるであろう。その観点で新興国企業の動きを見ると、ターゲットにされている先進国企業があるように見える。その先進国企業が従来知財活動のまま侵害摘発活動をしていなければ、早晚負けてしまうかもしれない。

さらに特許の藪といわれるほど出願件数が全世界で急増していることにも注意が必要であ

る。意図的に特許侵害をして市場にだした製品が、もし侵害を見つけれられて裁判で負けたとしても、その企業の言い訳として、開発時には他社の特許が多すぎて気が付かなかったということが可能である。実際問題としても特許件数が多すぎて他社特許の調査をしきれない傾向が全世界で生じており、米欧の老舗の大企業でさえ既に特許調査をしなくなっているところも多くなってきている。調査をする膨大なエネルギーと予算を使うよりは交渉や訴訟で解決する方が安くつくというドライな判断である。

侵害摘発と訴訟は今や非常に重要である。それをせずに日本出願だけを知財部門の仕事としているならば、なすべき仕事の半分でしかないであろう。知財はもともと産業競争に使う単なるツールであるが、どのようにツールを使えば効果があるか、産業競争の最新パラダイムに合致するように世界をみて変えていかなければいけない。

3. 異分野からの参入

3.1 金融ビジネス

もう一つのパラダイムシフトのきっかけになった事実は異分野からの参入である。20世紀の知財の仕事はいわば専門家だけのものであった。勉強に時間がかかることと学際領域の研究は知財だけに限らず様々な分野の学問や実務においてまだまだ不十分であった。そのため知財の仕事においても企業内では専門領域として一定の敬意が払われ任されてはいるものの、他部門と連携することは少なく企業経営の重要な要素にもなっていなかった。知財の使われ方がまだ素朴に自社の事業を守るための防御的なもので研究開発に付随するものでしかなかったためである。

21世紀では、産業競争の激化に伴い、知財は直接他社に対して行使できる唯一の武器である

ことにより一躍脚光を浴びるようになった。知財の使い方の巧拙が競争優位に大きく影響することがわかり、企業間競争のみならず国の産業競争力自体を左右する重要な要素として認識されることになった。こうした背景の下に異分野の専門家たちが、知財の機能に強い関心を持ち、さらに知財の専門家たちの側からも異分野の考え方を積極的に取り入れようという動きが加速した。

金融の専門家たちによる知財活動への参加は、知財取引という形をとって2008年のリーマンショック以降、急速に拡大する。リーマンショックがパラダイムの変わるトリガーになった理由は、投資先としての有体財産には限界があり、それだけでは利益を得たりリスクを分散するには不十分であることがはっきりしたためである。リーマンショック前後に金融の専門家たちは一様に損失を被った。それでは世界は今後何を価値の基準として動くのか。そこで世界の状況を見渡したとき、新しい価値として有体財産から無体財産に目が向けられるようになったのはいわば当然の流れでもあった。キャピタルアナリストたちは企業を評価するときに工場設備や不動産で評価するのではなく、企業のもつ知的財産の将来性に着目し始める。

これ以前から知的財産の価値評価は何度も試みられていたが、いずれも不十分であったのは評価手法が説得力のあるものではなかったためである。例えば投資先を評価するために知財価値を評価する数式をつくらうとして知財が他社をどれだけ牽制しているか定義しようとしても結局うまくいかず数式としては破綻した。現在やはり知財の将来性に着目すべきということで新しい知財価値評価手法がいろいろと検討されている。これまでの日本の金融は低金利でリスクを負わない間接金融中心であったが、知財を適切に評価してターゲットを絞る直接金融がよ

り活発になっていけば、優れた知財をもつ企業、特に専門メーカーや中小企業にとっては非常に役に立つことになる。したがって金融ビジネスからの知財への参入はこの点では期待できる。

個別の知財の価値評価が役に立つのは売買である。しかし2008年以前の知財取引の仲介ビジネスはそのほとんどが失敗に終わっていた。理由の一つは個々の特許技術をWeb上で公開し、買手を待ち受けるビジネスモデルだったことである。いくら待っても買手があらわれるどころか、20世紀の知財専門家たちはWeb上で売りにだされた特許の無効理由を見つけ、ぎりぎりのところで非侵害の製品をつくっていった。いわば知財専門家たちの土俵上で処理をしてしまい新しい市場が形成されるということなく、従来の知財の仕事の中で埋没してしまったのである。

その後しばらくたって通信分野での知財訴訟は2009年から頻発するが、それまでの手持ちの特許件数が少ない企業が訴訟に使うために外部から知財を購入する必要性が生じ、それがパラダイムが変わるきっかけとして知財取引の仲介ビジネスを急速に活発化する。

それ以降はいかにも金融的なビジネスになる。彼らのビジネスモデルはいくつも提案されているが、例えば一定の技術を使えるようにするため、関連する特許のライセンス権を取得し第三者にライセンスして利益をあげる。ライセンス権だけなので取得費用はかからず、第三者へのライセンスの成功により、利益を配分する。つまり自分は損失を発生させないビジネスモデルを作ってきたのである。また特許権を取得するモデルでは既に買手が存在していて、その依頼により動くことを原則とする。そのためこの場合も自分は損失がでない。買手を見つけるのは簡単である。知財訴訟をこれから行うか現に行っている企業を探せばいい。売手は大量の知財をもっている企業で目下のところ業績が芳し

くないところである。このモデルは売手と買手のニーズのとらえ方が巧妙であるため成立性が高いであろう。

政府が介入する官制の知財ファンドも日本だけでなく、この5年の間に各国で続々と生まれた。これは国の産業保護に役立つように特許の売買を行う目的である。例えば日本企業が事業の一部を手放す計画をしているときに、その知財が不用意に諸外国やパテントトロールに流出しないように事前に買い取り、他の日本企業などにライセンスや譲り渡すなどの対応を行う。

こうした金融的な考え方の新しい知財ビジネスに日本企業は注意をしておかなければいけない。知財ファンドが買い占めた技術が世界の技術標準になる可能性は今後十分ありうるであろう。その場合製造業が知財ファンドにロイヤルティを支払わなければ技術を使えないという構図ができるからである。また知財ファンドはNPEそのものでもある。彼らは製品をつくっていないために、係争事件が生じたときにクロスライセンスという決着ができない相手でもある。彼らは今後、世界の知財プレーヤーの一角を占める大きな存在になるかもしれない。

このようなパラダイムシフトを感じとることにより日本企業の知財活動も自社の研究開発の結果を知財として出願するのみでなく、不足したなら買ってあげればよく、余れば売ればよいという選択肢が広がる。自社の事業の特許出願をするだけに知財活動を限定すると選択肢を狭めていることになる。

3. 2 タックスポリシー

20世紀における税務と知財の接点は、租税条約によるロイヤルティへの二重課税防止の問題だけであった。21世紀は国の税の政策に知財の取り扱いが重要な要素となった。研究開発費用の優遇税制とイノベーションボックス税制、さらにはパテントボックス税制というように、知

財を生み出す研究開発をどの国で行うか、またどの国で知財を使った製品での収益をあげているかにより、税が大きく違うことになる。例えば英国では知財を使ってあげた収益への法人税は半分以下になる⁵⁾。日本は研究開発費用の優遇税制が縮小傾向であること、イノベーションボックス税制もパテントボックス税制もないことを考えると、日本企業はなにも日本本社に知財権を帰属させておく必要がないという帰結もありうるのである。この分野を税務問題であるからといって知財部門で検討しないとしたら、それは不十分といわざるを得ない。日本企業が近未来において研究開発をどの国でどのように運営するか、また権利の帰属やロイヤルティのルートをどう構築するかという知財のグローバルポリシーに密接に関わるためである。

タックスポリシーとは国の税の政策のことをいうが、国の観点からみると、例えば英国のように知財に関連して得た法人の所得にかかる税率を一気に半分にしたら、どれだけ税収が減るかという予測をしなければいけない。

やや単純化して書くと、日本の技術貿易収入は2012年度で2兆7,210億円である。この算定は日本企業が特許、ノウハウの提供、技術指導をすることなどにより得た収入の合計額であるが、これを対象とするならば単にこの金額の範囲での軽減税率の適用という検討にすぎない。しかし英国の制度は技術料収入のほか、特許を利用した製品の全世界での売り上げなども対象にしている。そこでいう特許とは英国にあればよく、例えばアメリカでの売上についても、アメリカに特許がなく英国にありさえすれば特許に関連した売上として軽減税率の対象にしてしまう。さらに部品の一部に特許があっても製品全体の売上が対象になる。このような考え方は知財の専門家たちからみると、知財制度を基本的に理解していないのではないかとさえ思えるものである。しかしながら知財と税務の接点に

おいては税務の考え方、すなわち経済的所有という概念を理解しなければならない。税務上は特許登録があろうがなかろうが経済的所有の状態がどうであるかをみる。もし英国の制度を日本で同じように採用するとしたら、日本企業の売り上げの大半が対象になり、その所得への税率を軽減するようなことになるかもしれない。国の税収の減少というインパクトは非常に大きくなるであろう。

国の産業政策上、知財をどう扱い、税をどう扱うかは重要な課題である。我々も避けては通れない。税務の専門家たちにまかせるのではなく知財分野からも国としてどのように知財を扱うことが競争力強化に役に立つのか、発言していかなければいけない。

3. 3 ブランドと情報分析

20世紀の知財活動は、特許は技術的内容、意匠はデザイン、商標はマークというように、それぞれを権利化する手続きを確実にを行い、その範囲でクオリティをあげ、間違いなく維持管理をすることであった。それ自体は個別の情報処理の範囲をでない。

21世紀になり知的財産の利用価値は権利の種別の違いより全体として知財をどう利用するかという観点がより経営に役立つと理解されるようになった。

総合的な知財情報把握の一例としてブランドマネジメントがある。ブランドは商標に関連するだけでなく、商品の見え方である意匠や著作権、さらには技術に対するイメージを想起させるために特許権も関連する。つまりあらゆる知財を総動員して対応するのがブランドマネジメントということになる。そこで知財活動が従来どおり各権利の個別維持管理に終始していたら新しい期待には応えていないであろう。ブランドを確立し維持する最終目標は、ユーザーに選ばれることである。選ばれるための最初

のステップはユーザーに認識をしてもらうことであり、その後商品や企業そのものがユーザーから好感または共感を得て、最後にはファンになってもらうというところにたどりつく。ファンになってくれれば継続して商品を購入してくれることが期待できるのである。一連のステップを通して他社に先駆けて選ばれるためにはさまざまなアプローチがあるが、ここで知財の価値評価手法が役に立つ。ブランド価値と知財価値は類似した概念でもあり、ブランドマネジメントを知財活動としてとらえ直すことにより各権利の内容や関連づけなどの知財の使い方が変化する。つまり企業が重点を置くべき知財、権利として保有すべきものは何かなど、ブランドの最終目標であるファン獲得に向けての知財活動になる。

情報分析の従来のパラダイムは出願件数や登録件数を企業別、技術分野別にみて一定の数値やグラフを眺めながら他社との違いを比較し自社の研究開発の強化を行うレベルであった。しかしデータの解析技術が急速に進歩し、特許公報などのデータはあらゆる角度から分析できるようになった。もともと特許明細書は文章で書かれているので、使われる語句や頻度の分析により、様々な情報が得られることはある程度わかっていたものの、20世紀ではベテラン調査マンの記憶と指先の作業でしかなかった。コンピュータによる解析技術の進化は一気に状況を変えた。特許情報をビッグデータとしてとらえ、その出願明細書から研究開発が初期ステージなのか商品化が近いのか、投入されている研究者や予算の規模、人事異動の情報、従来の延長上の技術かそれとも技術目標が変わったのかどうか、など、記載内容から様々なことが傾向値若しくは確実な情報として把握できるようになった。このことが新興国企業にとって追いつきたい企業の情報を得る手段として特許情報が最も

効率のいい情報という結果になるのだが、この領域は日本企業の得意分野であり、特許情報の特性を最もよく分かっているのが日本企業であった。新興国企業は追いつきたい必死さがあるため、特許情報の解析については新しいチャレンジもしている。ここで日本企業が負けてはいけないであろう。

3. 4 環境と健康、そして公共の福祉

環境学と健康問題の専門家が知財分野に参入してくると途端に批判的な発言が多くなる。20世紀中にはそれでもまだ正面から衝突するほどの議論ではなかった。

パラダイムが変わったのは、環境に関しては2007年に「不都合な真実」が刊行されて地球温暖化の防止が世界の最も重要な関心事項の一つになり、さらに2008年の国連気候変動枠組条約（UNFCCC）の第14回締約国会議（COP14）において、環境技術を知財の名の下に一部の国または企業が独占をしているのは世界の環境にとって好ましいことではない、という批判が途上国から噴出してからである。その主張の中には、各国でTRIPSにより認められている強制実施権を各国の判断で環境技術について発動すべしというものも含まれる。

世界の環境保護のため、さらには人類の幸福のために知財制度はその独占権を本質とする部分を譲るべきであるという主張は、ある意味では正しいかもしれない。各国の特許法や知財に関する法律は、自国の産業発展のためという目的をその冒頭に表明しているが、世界のためとは書いていない。知財制度は各国の産業発展の目的のためにその国の次元で構成されているにすぎない。しかし今我々は知財制度を世界の環境や人類の幸福に資するものとして扱わなければいけないであろう。そのためのソリューション又は妥協点は必ずあるはずである。WIPOグリーンもその一つで、知財のライセンス機能を

発揮することによって、技術取引を活発化させ、環境技術を世界中で使いやすくするための提案であった。UNFCCCでは技術移転メカニズムが必要であるとステートメントをだしていたが、彼らは環境の専門家ではあっても知財の専門家たちではなかったため有効な解決策が見い出せなかったため、WIPOグリーンの提案は大歓迎であったようである。

健康問題も知財の関連では同様の問題を含んでいる。日本の知財制度は、アフリカの子どもの健康を全く想定していない。他の国の知財制度も同じである。知財制度は世界の人類の健康について思いを致していない。国連世界保健機関(WHO)は国連世界知的所有権機関(WIPO)に対しては常に挑戦的である。彼らのいう、最貧国への医薬品の普及のために知財制度はその独占権を譲るべきであるという主張は重い。

健康に害があるタバコのパッケージに、商標や意匠権を使わずにどれも同じデザイン、同じ書体の文字を使うべきとするプレーンパッケージ規制の主張もこの数年に急速に各国で浮上してきた。2012年の英国保健省の主張をはじめ、オーストラリアやニュージーランドでは既にプレーンパッケージ規制の方向に進みつつある。これを知財制度として考えると識別性がなくなり商標の機能が喪失するという状況を許容するかどうかという問題になる。たばこ産業にとってはメイン事業の死活問題であり彼らは猛反対しているのだが、もともと知財制度は産業発展のためのものであり、人類の幸福や健康のためという議論とは次元が異なるためにかみ合っていない。これは健康に害がある食品全てに波及する問題ともいわれるが、プレーンパッケージ規制は今のところ他の産業には及んではない。この問題に対し、どのような意見をもち態度をとるかは各人の世界観による。

私自身は、知財制度は産業発展の一つのツ

ルであり、産業はより広い概念である世界の環境や人類の健康のためには原則的には一步譲るべきと思う。ツールである以上、その機能をうまく工夫することにより、有効な解決策がWIPOグリーンのように見いだせるはずである。そのための検討を知財の専門家たちは他の分野の専門家たちとともにより一層連携して行うべきであろう。

4. おわりに

新興国企業のチャレンジと異分野からの知財への参入は21世紀になってから顕著になった現象である。世界は段階をもって進化し、もはや20世紀の古典的な知財活動には戻れない。パラダイムシフト後の状況下において日本企業は新興国企業のチャレンジをはねのけ競争に勝つてゆくために、知財活動の最新化につとめ、情報に感度をあげ、巧妙に戦略をたてて戦術を実行していかなければいけない。やるべきことは多い。異分野からの参入や主張をどう理解し、どのように自分の仕事に取り入れてゆくか、対応には柔軟さが試される。古典的な知財活動を続けるのは一種居心地の良さがあるが、それよりも柔軟な思考と前向きの活動はもっと新鮮で魅力的である。知財の仕事を新興国企業とのバトルに役立て、自社や国の競争力強化と共に世界の環境や人類の幸福にどう役に立てるのか、日本企業の知財メンバーそれぞれが自己のテーマとして考えるべきであろう。それはきわめてチャレンジングでやりがいのあることである。

注 記

- 1) 環太平洋戦略的経済連携協定：Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement, 環太平洋地域の国（現在12か国により交渉中）による経済連携協定
- 2) 東アジア地域包括的経済連携：Regional Comprehensive Economic Partnership, 東南アジア諸国連合加盟10ヶ国に、日本、中国、韓国、イ

本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ンド、オーストラリア、ニュージーランドの6ヶ国を含めた計16ヶ国での経済連携協定

- 3) 不正競争防止法第2条第6項では、「営業秘密」を定義し、「秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないものをいう」とされている。したがって法律上保護される要件を満足する場合にのみ「営業秘密」になるため、本文中ではより広く、企業が守ろうとしている情報を意図したため、法律用語ではなく、一般用語として秘密情報という語を使用した。
- 4) 不正競争防止法第21条第1項に営業秘密侵害罪の類型が定められている。そのうち現職の役員、従業員については第5号に図利加害目的でその営業秘密の管理の任に背き、その営業秘密を使

用または開示すること、とあり、退職者については第6号にやはり図利加害目的で在職中にその営業秘密の管理の任に背きその営業秘密を使用または開示の申し込みをしたり、請託を受けたり、退職後に使用する又は開示することとある。

- 5) 2013年4月1日より、英国企業または英国の工場に生ずる所得のうち知財に関連した利益には10%の法人税になり、英国の通常の法人税率の22%に比べると半分以下である。適用範囲は非常に広く、英国特許だけでなく、ノウハウや著作権なども対象であり、全世界からの利益が対象である。

(原稿受領日 2014年2月12日)

