

# 株式会社バッファロー

## 1. 会社の概要

- (1) 会 員 名：株式会社バッファロー
- (2) 所属部会：関東電気機器部会第2分科会
- (3) 資 本 金：3億20百万円
- (4) 従業員数：513名（2019年3月末）
- (5) 事業内容：デジタル家電及びパソコン周辺機器の開発・製造・販売及びデータ復旧サービス
- (6) グループ経営理念（メルコバリュー）  
「千年企業」「顧客志向」「変化即動」「一致団結」
- (7) コーポレートロゴ



## 2. 知的財産部門の概要

### (1) 組織上の位置及び名称

親会社である株式会社メルコホールディングスの法務部の中に法務課と知財課が置かれ、グループ全体の法務知財をカバーしています。

### (2) 構成及び人員

知財課は総勢9名で、全員が名古屋本社に在籍しており、特許・実用新案・意匠の保護・活用、商標・ブランドの管理運用など知的財産に関する業務を全体で担っています。

### (3) 沿 革

2000年に技術管理グループの一部として発足し、2005年に知財グループとして独立しました。2010年に、法務部に統合され、2014年には法務部の組織全体が親会社に異動して現在に至ります。

## 3. わが社の知的財産活動

### (1) 活動方針

現在は、以下の基本方針の下で知的財産活動を進めています。

- ①当社グループが提供する製品・サービスに関して適切な知財保護、管理と活用
- ②お客様の信頼たる「BUFFALO」ブランドの適切な管理運用
- ③第三者の知的財産権を尊重しつつビジネス戦略に沿った知財リスク対応・コントロール

### (2) 発明の発掘～特許権利化

事業部門において事業計画策定時に開発ロードマップを作成しますので、そこから注力製品の製品化スケジュールを特定して年間でスケジュールをウォッチし、製品における発明の権利化が漏れなくスムーズに行われるように努めています。具体的には、開発部門から自発的に出される発明届の随時受付に加え、開発プロセス上のデザインレビューのタイミングに合わせ、必要に応じて特許出願すべき発明を拾い上げる機会(特許出願デザインレビュー)を設けています。

個別の特許出願は、発明届に基づいて先行技術調査を行い、発明のサマリー・出願の目的・権利を狙う範囲等からなる出願方針を立案して発明部門へ審査に回します。その際、発明者やその上長に出願する内容が容易に把握できるように、A4の1枚にまとめた「出願コンセプト」を用意し添付しています（図1参照）。

「出願コンセプト」は、①実施製品のセールスポイント、②セールスポイントを実現する技術、③どのようにして実現したのか（発明のポイント）からなっており、特許用語を使用せずに図解とカラーを利用して一目で分かるように作成しています。これは、出願決定後にマーケ

ティング部門にも回覧され、発売後の製品の販売訴求に適宜利用してもらっています。

また、出願完了後には、「出願コンセプト」と対になる「出願内容確認書」を作成し、事業部門に共有しています。「出願内容確認書」は、特許出願明細書の「背景技術」及び「発明が解決しようとする課題」の要約と、主要図面と関連付けた主要な請求項の説明から構成しています。これによって「出願コンセプト」の内容がどのように特許出願の記載に展開されたのかを理解できるようになっています。

これら「出願コンセプト」と「出願内容確認書」にその特許出願の目的・方針が凝縮されていますので、中間処理においても参照し、出願コンセプトでの当初の目論見から外れないように権利化を進めていきます。



図1 出願コンセプト(左) & 出願内容確認書(右)

登録後は、「出願内容確認書」と同じ形式で「登録内容確認書」を作成し、最終的にどの範囲で権利が得られたのか、変遷が分かるようにしています。

### (3) 登録後の権利の維持管理

上記の「出願コンセプト」「出願内容確認書」「登録内容確認書」の3点セットは、ここ数年の知財活動の中で、事業部門が特許出願・特許権の内容を容易に理解し、事業に活かしてもらうためのツールとして生み出したものです。このため、以前に出願し登録した権利については、

これらが整っていません。

事業や製品の変化、搭載される技術の変化によって、権利の維持の必要性を見直し、取得していく権利と適切に入れ替えを行っていく必要があります。そこで、事業部門による登録済の特許権の再利用が容易にできるようにするとともに、権利維持の要否判定に利用できるように、従前の登録済特許権の「登録内容確認書」の作成を進めています。小規模の知財部門であるため、適宜外部の手を借りて進めておりますが、今後2年程度ですべての保有権利について「登録内容確認書」を整備し、これに基づいた権利維持要否の検討を行えるようにする予定です。

### (4) ブランドの適切な管理運用

グループ共通のコーポレートブランドと個社製品等に使用するプロダクトブランドのレイヤーに分けてブランド・商標管理をしています。

コーポレートブランド「BUFFALO」は、当社・親会社・一部のグループ会社が共通に使用するものであり、親会社の名義で商標権の取得・維持管理を行い、ブランドロゴの使用ルールを定め、ガイドラインを配布して適切な使用が行われるように努めています。

当社には、「AirStation」(無線LAN製品)、「TeraStation」(ストレージ製品)など、製品のシリーズに対応するプロダクトブランドがありますが、製品を管掌する事業部の判断で使用決定でき、新たなブランドの立ち上げも可能です。

## 4. 今後の計画

当社はこれまで他社との協同・協創の経験が少なかったところ、動きが出てきています。知財部門でも対応のノウハウが蓄積されていないため、部門内の教育を進めるとともに、事業部門へもタイムリーに相談してもらえるように働きかけをする必要を感じています。社外研修等で知識も仕入れ試行錯誤しつつ進めていきたいと考えています。

(原稿受領日 2020年3月5日)