

インターンシップを活用した学生への 知的財産の知見の普及促進について

松 下 達 也*

抄 録 知的財産の重要性を認識しその知見を有する人材のすそ野を拡大するためには、社会に飛び立つ前の若い世代に対し、幅広く知的財産の基礎的な知見を付与しその重要性の理解を促すための機会を充実させることが重要である。

現在多くの学生が体験するインターンシップは、知的財産の意識を高め知見を付与するきっかけとして有効な場となり得るものと考えられる。実際、一部のインターンシップへの参加に際しては、知的財産の知識が必要な秘密情報の保持や職務発明に関する誓約書を学生が提出する機会もあり知的財産との法的接点が存在する。また、重要な技術情報でもある知的財産情報を活用することで、学生・企業双方にとって効果の高いインターンシップにつなげることも可能となる。

本稿では、この点に着目し、知的財産の普及という観点からのインターンシップの重要性について、企業及び大学の知的財産業務に従事する者の理解を求め、その期待される役割を検討する。

目 次

1. はじめに
2. インターンシップを巡る現状
 2. 1 インターンシップの実施状況
 2. 2 産学官の連携によるインターンシップの取り組み
 2. 3 知的財産と直接的に関連するインターンシップ
3. インターンシップと知的財産との接点
 3. 1 概 要
 3. 2 インターンシップ契約書などにおける知的財産関連条項
 3. 3 インターンシップ時に活用可能な企業情報としての知的財産情報
4. 知的財産への関心を高めるきっかけとしてのインターンシップの活用促進に向けて
 4. 1 大学の知的財産担当者に期待される役割
 4. 2 民間企業の知的財産部に期待される役割
 4. 3 総 括
5. おわりに

1. はじめに

私は、これまで公務員として「知的財産の普及（本稿では「知的財産の知見を有する人材のすそ野拡大に資する、知的財産の意識を高め知見を付与するための活動」を指す。）」に関する施策の立案や実施に関与してきたが、特に若者への普及が重要であると考えている。約2年間大学に出向した際、知的財産の普及の一つの手法として、インターンシップが有効なツールとなり得るのではないかと感じたところである。その背景として、第1に、理系の中長期インターンシップ実施時に企業と大学との間で交わされる契約書、学生が企業に提出する誓約書などの合意内容には、知的財産に関連する条文（言い換えると、書面の内容を真に理解するためには知的財産の知識が必要となる条文）に多くのス

* 経済産業省 特許庁総務部 知的財産研究官
Tatsuya MATSUSHITA

ペースが割かれていることがあげられる。第2に、文系理系を問わずインターンシップの準備や実施において、インターンシップ先企業の有する知的財産情報の事前調査などが学生・企業の双方にとって有益と考えるためである。

本稿では、インターンシップを大学生に対する知的財産の普及のきっかけとするために、大学の教員や企業の知財部門など知的財産業務に従事する者が貢献し得る事項について、整理し提案を行うものである¹⁾。

なお、インターンシップの対象には、高校生等も含まれることもあるが、本稿では高専・大学・大学院生を主対象としてとりあげる。

2. インターンシップを巡る現状

2.1 インターンシップの実施状況

インターンシップは、経済団体・大学・行政がそれぞれの立場から推進し²⁾、その結果人材育成や産学連携推進などの面で政策的な役割を果たしている。

しかし、インターンシップの形式が多様であることに加え、大学を介さずに直接学生が応募するケースも多いなど、全体の実施状況を正確に把握することは難しい。ここでは、調査対象の異なる2つの調査を紹介する。

(1) 政府による調査（調査対象：大学等教育機関）

文部科学省が「大学（学部・大学院）・短大・高専」を調査対象に経年的に実施している調査³⁾がある。

これによれば、①大学などが把握している範囲でもインターンシップ参加学生総数は約80万人に達する、②単位として認定するインターンシップを実施する大学が565校（回答者の約90%）存するとの結果となっている。このように、大学が教育組織全体としてインターンシップを

推進している状況が裏付けられる。

(2) 民間研究所による調査（調査対象：企業及び学生）

就職活動との関係での実態を示しているものとしては、就職活動を実施した大学4年生・大学院2年生及び全国の新卒採用を実施している企業を対象とする、民間研究所の調査がある⁴⁾。

学生向け調査によれば、参加率は2015年卒から上昇を続けており、2021年卒では71%の学生が参加（前年比8.6%増）するなど、学生の参加が一般化している傾向を示している。企業向け調査では、実施企業の80%がインターンシップ参加者を採用しており、採用数の約30%が参加者となるなど、実質的に就職活動との関係が増加していることがわかる。

なお、最近の特徴としてインターンシップのWEB実施が半数を超えている点があげられている。採用との関係からは、コミュニケーションが不足しがちとなるとのマイナス面と、遠隔地の優秀な学生の参加が可能となるとのプラス面の双方への影響が想定されるが、今後は対面とWEBとの組み合わせによる実施も増加していくものと考えられる。

2.2 産学官の連携によるインターンシップの取り組み

個々の企業や、個別の大学と企業が連携して実施するインターンシップ以外にも、日本を代表する経済団体や、地域の産学官が主体となってインターンシップを実施する事例が注目される。多くの民間企業のインターンシップは、大学3年生・大学院1年生という就職を意識した学生を対象としているが、①入学後の早い段階の学生と②博士号取得を目指す大学院生という2つの方向に対象を拡大している傾向がみられる。また、③地域独自の取り組みも進んでいる。以下、いくつかの取り組みについて紹介する。

(1) 早期実施の取り組み（大学1～2年生対象）

2015年の経済同友会の提言（これからの企業・社会が求める人材像と大学への期待）において、大学1・2年生からのインターンシップへの早期参加の重要性が強調され、これを踏まえて実施している「経済同友会インターンシップ」⁵⁾がその代表例である。

その特徴は、対象が文系・理系の大学1・2年生など低年齢学生をターゲットにしていることに加え、大学・高専の正課（授業）であること、実施期間も原則4週間と長期であること、企業が交通費・宿泊費を支給し学生の経済的負担を軽減していることがあげられる。学生が参加しやすい環境が構築されているといえる。2021年10月現在、24企業（製造業・金融機関など）と17大学と国立高等専門学校機構が正会員となり、2016～20年度まで500人以上の学生のインターンシップが実現した。

低学年生の参加は、その後の学生の学修方針及びキャリアの決定の両面への影響も大きく、学生の選択肢を増やす効果が高いと考える。

(2) 博士課程学生（大学院生）向けの拡充

産業界と複数の大学との協力として先駆的なものは、「研究インターンシップ」である⁶⁾。企業が研究テーマをオンラインで提示し、応募後、学生・大学コーディネーター・企業担当者の3者面談を行い、企業と大学が組織間での契約を締結した上で2～3ヶ月以上の中長期間のインターンシップを実施するスキームである。主に理系学生が研究開発部門で実施するものであるが、きめ細かいマッチングにより質の高いインターンシップが実現している。経済産業省が支援し設立された「産学協働イノベーション人材育成協議会」が主体となり2021年10月現在17大学、31企業が参加し、2014年以降500件以上のインターンシップが実施された。

さらに、2021年8月には、文部科学省を中心に「ジョブ型研究インターンシップ推進協議会」が設立され（45企業・45大学が参加）、大学院生のインターンシップの強化に向けた試行的取り組みが開始されている⁷⁾。有給であること、大学院の正規科目とすること、インターンシップの結果を企業の採用選考活動に利用できることを明確化している点が特徴である。

企業で勤務している博士号取得者は、発明生産性が長期にわたり上昇する傾向にあるとの分析⁸⁾もあり、将来の企業研究者となり得る博士号取得を目指す学生に対するインターンシップは企業への貢献度も高く、ますます重要となっていくものと考えられる。

(3) 地域の事例

地域レベルでも産学官が連携してインターンシップを実施している例がある。その一つとして「北九州地域産業人材育成フォーラム」の取り組みがある⁹⁾。製造業に強みを有する地域の中堅・中小企業と地域の大学との間で、研修型（短期）と実践型（長期）インターンシップを実施し、産業人材育成に取り組んでいる。

地方自治体を中心とする取り組みは、地元就職者を増やすなど地域の人口減少対策としての効果を期待するものでもある。新卒採用時はもちろんのこと、（新卒後3年で離職する者も多い中で増加している）第2新卒者のUターン時も狙って、就職先候補となる地元企業情報を早期にインプットする上で重要であり、今後も様々な形で発展していくことが期待される。

2. 3 知的財産と直接的に関連するインターンシップ

次に、知的財産を重視したインターンシップについても触れておきたい。

以下は知的財産に関心のある学生を対象としている点で前者と異なる。将来知財関連部局を

支える優秀な学生を発掘・採用することを意識しており、この点から有効な取り組みである。

(1) 知的財産部門での実施例

「知的財産×インターンシップ」をキーワードにインターネット検索すると、一日(One day)実施を中心としたインターンシップが多くリストアップされる。業種的には、機械、化学、電子・電気、医療、建設、ソフトウェア(ゲーム)、コンサルなど多岐にわたっており、広い業種で若手の知的財産人材を求めている現状がみられる。

さらに、企業のHP情報をみると、複数の企業が知的財産職としての採用に資するインターンシップを実施している。先行技術調査を経験させる理系学生を対象としたものが多いように見受けられるが、リーガル部門等文系を主たるターゲットとしたものもある。その内容を、公開されていた範囲で例示すると、以下のとおりである。

＜インターンシップ募集時の業務記載例＞

- ・知財業務(知的財産取得のための技術調査及び知財実務)
- ・知的財産業務(特に特許の出願・権利化・活用の実務)
- ・特許・商標・著作権に関する業務(出願手続き、海外訴訟)
- ・知的財産渉外(ライセンス・契約交渉)に関する業務
- ・知的財産戦略の立案や運用

(2) 知的財産インターンシップ

一部の大学では、知的財産を理解した上で研究開発や製品開発等に役立つ人材を育成するため、企業や特許事務所における「知的財産インターンシップ」を実施した例がある。大阪工業大学、静岡大学、同志社大学、鳥取大学、山梨大学、龍谷大学などが実施経験を有している。

中小企業をインターンシップ先とするケースも少なくない点が特徴の一つである。中小企業の場合には、大企業と異なり知的財産部門がないことも多いが、その分知的財産を生み出す段階からの幅広い業務に関与することが可能となっている点(知財の創造・保護・活用の段階をすべて経験できる点)が魅力となっている。

また、知的財産インターンシップは、地域の経済産業局など政府機関と協力して実施された実績がある。中でも、関東経済産業局では3年間実施し、その経験を踏まえて、関係者に向けた各種マニュアルが作成された。インターンシップをコーディネートしたことのない大学や中小企業にとってみると導入プロセスを容易にすることができるという点で参考となるマニュアルとなっている¹⁰⁾。

現在このようなインターンシップの実施を確認できなかったことは残念ではあるが、将来知的財産分野で活躍する企業人材の発展・育成のためには有効な手法である。

3. インターンシップと知的財産との接点

3.1 概要

知的財産の普及の対象者という視点で学生を捉えると、①参加時点では知的財産への関心は薄いですが、インターンシップを通じ知的財産への関心を高めて欲しい学生層と、②すでに一定の関心を有しており将来知財関連業務に従事することを検討している学生層に大別できる。後者②は2.3で記述したインターンシップの対象となる層であり、学生に向け知的財産に関する業務に従事しようとする意欲を後押しするインターンシッププログラムが重要となる。

本稿では、企業が前者①の層に対して知的財産の視点からアプローチすることの重要性を強調するものである。インターンシップの機会を

活用することの利点としては、多くの学生が企業との接点を持つ場であること（量的な面）、実際に知的財産との接点が生じ得る場であること（スムーズな教育機会の場の提供としての面）があげられる。

以下、インターンシップと知的財産との具体的な接点を「契約書などの法務分野」と「知的財産情報という技術分野」の2つの側面から整理する。

3. 2 インターンシップ契約書などにおける知的財産関連条項

インターンシップの中でも、研究インターンシップのように長期間研究部門で実施する場合には、企業の秘密情報に接する機会が多くなるため、事前に、企業と大学との間でインターンシップに関する契約書／協定書を締結すること、これに加えて学生個人（及び担当教員）がインターンシップ先の企業に対し誓約書を提出するケースが多い。

上記に述べた契約書／協定書や誓約書の内容については、モデル規程例や、大学側が公表している例もある¹¹⁾が、内容はある程度共通する。いずれも知的財産に関連する条文（内容を真に理解するためには知的財産の知識が必要となるもの）を多く含んでいる。学生自身が誓約書に直接署名するという行為も介在するため、知的財産が学生自身の現実問題となり、法的分野から知的財産を学ぶよい機会となろう。

具体的には、次の2つの条項が盛り込まれているケースが多い（記載例は図1参照）。

(1) 営業秘密との関連のある条項

第1に、秘密情報の保護に関する条項である。これは不正競争防止法で保護される「営業秘密」に関する制度ととらえることができる。

大学が関与してインターンシップを実施する場合には、大学と企業との契約書の中で学生の

守秘義務違反により損害が発生した場合の大学の責任にも言及されるケースもある。また、学生が提出する誓約書には、守秘義務の対象となる秘密情報の定義に、「秘密の旨が指定されたもの」などの営業秘密の要件を意識した記述がされている場合がある。言い換えれば、営業秘密の定義や侵害行為に対する救済措置（損害賠償など）を自身の行動に即して学ぶ機会となる。

なお、学生にとっては、署名行為のリスクとその重要性を知るとともに、大学の所属研究室の有する研究関連情報の重要性も再認識するよい機会ともなろう。

(2) 「職務発明」との関連のある条項

第2は、インターンシップ中に生み出された研究成果の知的財産に関する帰属、及び発明の帰属や発明者としての学生の報酬等に関する条項である。すなわち、「職務発明」に関する制度に該当する。

知的財産に関する権利の帰属に関しては、学生の所属する大学研究室の研究成果を利用していった特殊な事情がない場合には、企業に帰属するのが通例である。その上で、学生が発明に関与した場合には企業の職務発明規程に準じた従業員と同様の報酬を与えるとの取り扱いがなされるのが一般的となっている¹²⁾。なお、学生は大学の雇用者ではないため、大学の職務発明規程の対象とはならず企業と大学それぞれの職務発明の適用に関する抵触が生じる可能性は低い¹³⁾。

条項には、権利の帰属や報酬の対象となる知的財産の定義に関する記述がなされていることもある。その対象は技術的成果であるが、特許法・意匠法・著作権法・不正競争防止法に基づく複数の権利が列記されている。複数の知的財産法の存在を知る機会ともなる。なお、仮に新商品名のアイデアを学生が提案しネーミングを採用されたとしても、報酬の対象とはならな

契約書 (受入企業(甲)⇄大学(乙))	誓約書 (学生→受入企業)
<p><秘密情報の保持></p> <p>1 乙は、インターン生に対して、本インターンシップを通じて知得した甲の業務・契約・取引先等に関する情報またはノウハウ等甲の一切の秘密情報を、インターンシップ期間中及びインターンシップ終了後において第三者に漏洩させないものとする。</p> <p>2 甲は、インターン生の個人情報をも、～(略)～第三者に開示してはならない。</p> <p><知的財産権></p> <p>本契約に基づくインターンシップを実施することにより創出される知的財産権の取り扱いは、以下のとおりとする。</p> <p>1 インターンシップの実施によりインターン生が創出した発明等に係る知的財産権は、甲に帰属するものとする。</p> <p>2 乙の責任教員及び評価教員が、インターンシップの指導・評価の過程で創出した発明及びインターン等に係る知的財産権の扱いは、別途甲及び乙で協議の上定める。</p> <p><成果の取り扱い></p> <p>1 甲及び乙は、本インターンシップによって得られた成果を公表する場合は、事前に相手方の書面による了解を得るものとする。</p> <p>2 前項の成果の公表等により将来期待される利益が侵害されるおそれがあると判断される部分については、甲乙協議の上、公表の時期・方法等について定めるものとする。</p>	<p>○ インターンシップ検討期間から実施中及びインターンシップ終了後3年間においては、本活動を通じて知り得た、貴社及びその取引先とそれらの活動に関する情報で、<u>秘密の旨が指定されたもの</u>について、それが公知のもの、既に自ら知っていたもの又は第三者から秘密保持の義務なく入手したものでない限り、第三者に漏洩することなく秘密を保持する義務を負い、貴社の事前の書面による同意なしには、それを第三者に開示又は公表しないこと、またインターンシップの目的以外の目的に使用しないこと。</p> <p>○ インターンシップによって得られた成果を公表する場合は、事前に貴社及び大学の書面による了解を得ること。</p> <p><small>* なお、本誓約書において「成果」とは、インターンシップに基づき得られた発明、考案、意匠、著作物、ノウハウ等の一切の技術的成果を指す。</small></p> <p>○ インターンシップにおいて創出された成果に関して、発生したノウハウ、著作権(著作権法第27条及び第28条所定の権利を含む)、産業財産権を受ける権利及びそれから得られる産業財産権等の知的財産権、その他の権利は、別の定めのない限り、貴社又は大学に、帰属又は承継することに同意すること。</p> <p>○ 前項に基づき貴社がインターン生の為した成果を承継する場合、貴社が貴社規定に基づき相当の補償をインターン生に付与すること、また共同で為した発明等を承継する場合は成果創出への寄与率が考慮されることに同意すること。</p>

<注>条文及び下線は、モデル規程等の中で知的財産との関連を考慮し筆者が抽出・付与

図1 インターンシップに関連する契約書・誓約書の事例

ことが多い。このことは、商標法が創作を保護する法律でないことを知る機会ともなる。

いずれにせよ、学生が成果に関与した場合には、発明者として、その貢献度に応じて経済的な利益を受ける権利を有する。特許として出願され発明者の一人となるような場合には、学生にとっては、研究論文がジャーナルに掲載されることに匹敵する業績となり、インターンシップへの参加意欲を高める効果となろう。

3.3 インターンシップ時に活用可能な企業情報としての知的財産情報

インターンシップの実施は、学生にとっては当該企業をよく知る機会であり、裏を返せば、企業にとっては自社のPRの機会でもある。かかる場面でも、知的財産情報(過去から現在まで自社保有の知的財産に関する基本情報や競合他社との比較情報で、4.に述べる資料作成の基

礎となる情報)を活用できる可能性がある。

学生はインターンシップ前に、ホームページや会社情報誌などで企業を調査するケースが多い。これに加え、J-PlatPatでの企業名検索により、企業が保有する特許権等の中で自身の研究に近いものを探すことや、指導予定の部局の指導研究者名がわかっている場合には発明者検索により関与した発明を事前に把握することで、インターンシップ時の企業関係者との話題づくりとなり得る。私も学生と一緒に発明などの事前検索をした経験があるが、その際には、学生の知的財産への関心を高める効果を得た例があり、このような活動を広げていけないかと考えている。

また、企業サイドとしては、知的財産権の取得情報の紹介により、研究者(特許権)、デザイナー(意匠権)、商品企画(商標権)の各々の業務成果のイメージを学生に示すことができ

る。さらに、自社の技術力をPRする際に、特許権や意匠権を取得していることを根拠に、当該企業が「世界で最初に発明したとの政府のお墨付きを得た技術」である旨、学生にわかりやすく強調することもできる。対学生との関係では、大企業を含め有効に活用し得る手法となる。

4. 知的財産への関心を高めるきっかけとしてのインターンシップの活用促進に向けて

学生からみたインターンシップの流れは、「事前学習→現場経験・研究の実施→事後のフォローアップ」となる。それぞれの段階において、知的財産との接点を設け、大学と企業の知的財産業務に従事する者が連携して知的財産の普及の好循環サイクルを構築することが理想である。そのために産学の知的財産の業務に従事する者が果たし得る役割について、以下提案する。

4. 1 大学の知的財産担当者に期待される役割

以下の2つの視点から、大学においてインターンシップを活用した知的財産の普及を図るべきである（学生向け普及内容の全体イメージは図2参照）。

(1) インターンシップ派遣前研修の活用促進

現在インターンシップ派遣前に事前研修を実施している大学も少なくない。しかし、そのメニューをみると、インターンシップを有効に実施するための事前の目標設定や社会人として必要とされるビジネスマナーに関するものが多く、知的財産に関するものは抽出できなかった。知的財産との関連もあると思われる内容としては守秘義務コンプライアンスを弁護士が実施しているケースがある。

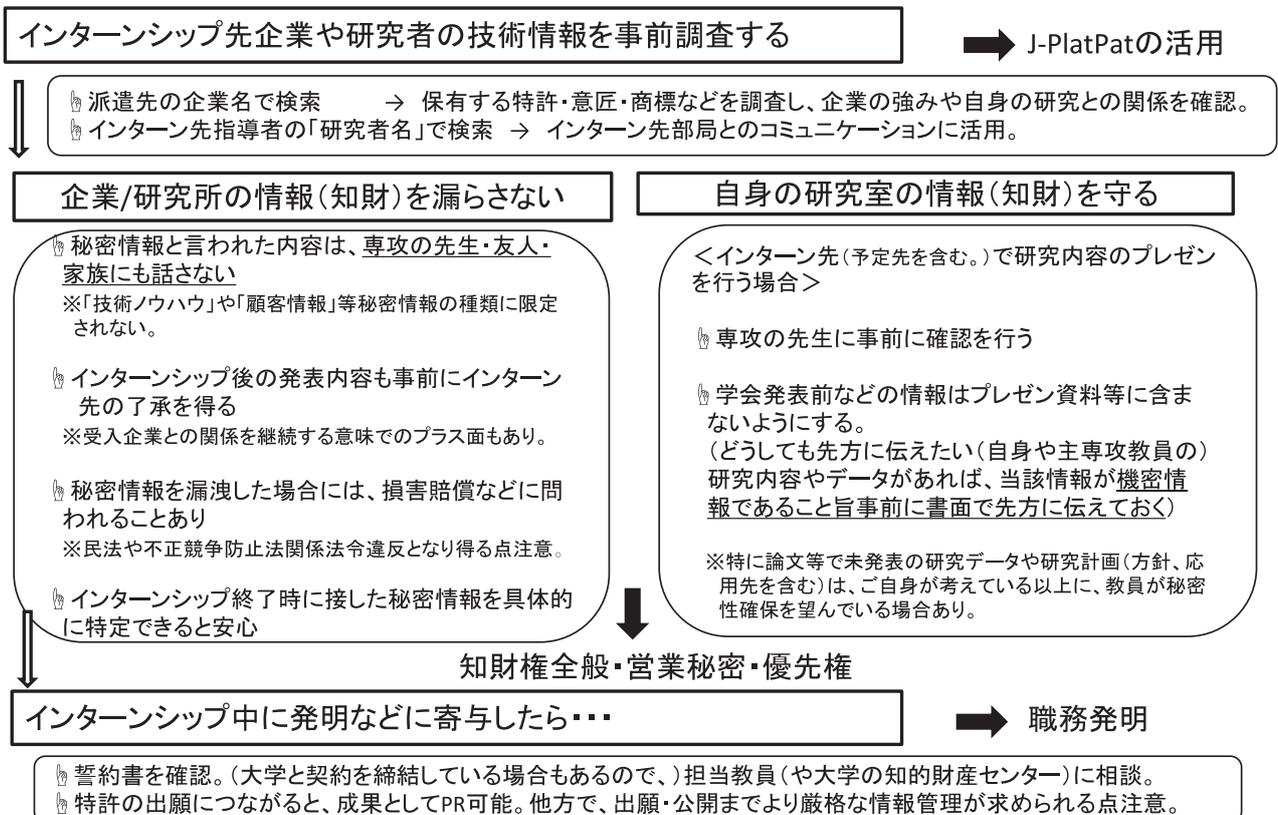


図2 インターンシップ派遣前の学生向け知的財産の研修内容のイメージ

このような状況に鑑み、大学は、学生に対して、インターンシップ実施前に、知的財産の側面からの研修・教育の場を設けることを検討すべきである。

具体的には、事前研修メニューや単位認定するインターンシップ講義の中に、大学の知的財産担当者による講義を追加することが必要である。その際、誓約書や契約書の解説に加え、その条文を理解するために必要となる知的財産の知見を学生に伝える機会を設けてはどうかと考える。

知的財産としての講義を強調するのではなく、インターンシップ関連講義の一部として位置づけることも重要である。多くの学生が自然な形で参加し、その上で知的財産の重要性を理解し、その結果として、興味をもつ学生が増え、各大学が開講する知的財産関連講義の受講につながる効果も期待できる。これは、大学の知的財産担当者にとってのメリットともなる。

(2) J-PlatPatの利用促進

上記の教育・研修に際しては、知的財産情報を活用することを推奨すべきである。

3. 3で述べたとおり、インターンシップ前の下調べとしてインターンシップ先企業・研究所の特許や指導予定の研究者の特許などの簡易な検索を派遣前に実施することを、上記の研修・教育の場も活用し学生に簡易な手法を解説し検索を推奨することが重要である。

特に、特許情報は、研究論文情報と並ぶ重要な技術情報であるが、このことが大学の学生には十分浸透していないように感じられる。そのため、インターンシップの事前調査としてJ-PlatPatを利用することで、学生が掲載情報の有用性を実感することができる。その結果、自身の研究テーマの発掘や実施の参考とすること、特許出願書類である明細書の構成などから、発明を文書化し説得的に他者に説明するためのテクニッ

クを学ぶよい機会ともなり得る。このように、大学にとっても、インターンシップ後の学生の研究活動の向上につながるものであり、教育上の効果も高い。

4. 2 民間企業の知的財産部に期待される役割

研究参加型のみならず就業体験型のインターンシップの中で、知的財産に関するメニューを充実し多様化することが望まれる。これを進めるための基盤として、知的財産への関心度や知識レベルが異なる学生を意識し、いずれにも対応可能な知的財産の視点を盛り込んだPR資料の整備を進めるべきである。

その際の留意点として、インターンシップに参加する学生は、知的財産との関係でみると、①知的財産部門での採用を目指す学生、②将来企業（又は大学）の研究者として他の機関と共同研究に携わる学生、③知的財産との接点を意識しない採用部門で活躍する学生がおり多様である点である。そのためインターンシップの内容に即して、学生向けPR資料を作成する必要がある。その際、以下の3つの視点からの資料を作成してはどうかと考える。

(1) 企業を知的財産の視点からPR

企業が発展してきた歴史の中で知的財産の果たしてきた役割（過去～現在）と、現在生じている社会的な課題に対し企業の知的財産が果たし得る役割（現在～未来）の2つの視点から整理してみることも一案である。例えば、以下のような内容を骨子とすることが考えられる¹⁴⁾。

<企業の歴史の中での知的財産>

- ・軽工業の特許を売却した資金を元に、先端技術分野に進出し現在の主力事業として確立
- ・大学の特許を事業化した製品のヒットでブランド力を獲得し、当該ブランドを維持発展させつつ、多様な製品展開に成功

- ・模倣品排除と、ライセンスを通じた市場拡大により、消費者の信頼を獲得した新しい市場を開拓
- ・知的財産を重視したM&Aを実施し、グループ全体として全世界で高い市場シェアを獲得<今後の社会課題解決に資する知的財産>
- ・SDGsやコロナ対策に貢献する製品群の知的財産権を保有しこれを活用した事業を開始（又は保有している権利を開放し社会に貢献）
- ・CO₂削減の最先端技術である***の分野で、世界でトップレベルの技術を知的財産権として保有しその発展研究に注力（同業他社と比べた技術（特許）マップで強みをグラフ化するなどの見せ方もある。）

(2) 主要製品や技術力の現状を知的財産の視点からPR

理系学生に対しては、企業の有する強い技術力を強調する視点から、文系学生を含めると企業の主要製品を知的財産が支えていることの理解を深める視点から、学生向け資料を作成してはどうかと考える。

具体的には、以下のような内容に、ストーリーやエピソードを追加しメイクしていくことが想定される。

- ・製品Aは、世界初の技術・デザイン（特許権**件・意匠権**件、**賞受賞）で国内トップシェアを獲得し維持。
- ・製品Bは、時代の変化に応じて常にマイナーチェンジを積み重ねロングセラー商品として日本で定着（製品の変化と商標の変遷などをパラレルにみせることも有益）。
- ・消費財商品Cは、インパクトのあるネーミング（商標権で保護）が受け入れられ、新市場を開拓（あるいは「売上的大幅増」）。

(3) 知的財産情報をインターンシップ生と受け入れ部門とのコミュニケーションツールとして活用

上記とは少し異なる視点から、インターンシップ時の学生とのコミュニケーションツールとして知的財産情報が有効となり得ることを、インターンシップを担当する採用部門にPRすることも重要であると考え。インターンシップ参加時の学生の印象が、就職先の希望に影響を及ぼしている現状を踏まえ、企業サイドからも学生との関係で以下のような基礎情報を準備しておき、インターンシップを円滑に進めるための支援をすることも一案である。

- ・大学との関連性（共同出願技術紹介）
- ・所属研究室や教授との関連性（近似の技術分野で企業が保有する特許の紹介）
- ・指導研究者の功績（特許数・主な特許）

なお、上記(1)～(3)のPR効果に疑問を感じる知財担当者も多いのではないかと推察するが、工夫次第で学生に対しては想像以上に知的財産が果たしている役割を魅力的に感じさせることができると考える。そのため知的財産部から発信して、学生用PR資料の作成を検討することが望まれる。また、その作成プロセスを通じて、企業内の知財部門と採用部門との関係性の強化に資することも期待できる。さらに、PR資料を大学の知的財産担当者に提供し、大学での教材の一部として活用されれば、企業PRの対象となる学生の幅も広がる。

4.3 総括

以上は政策面からみると、知的財産への関心を有する人材のすそ野の拡大につながるのみでなく、特に、理系学生に対し、早期に知的財産との接点を増やすことで、知的財産に詳しい研究者や、研究を支援する知的財産人材（企業の知財戦略と研究戦略や経営戦略をつなぐ役割を担う人材）という、イノベーションを支える人

材の育成・輩出に貢献できる点でも意義を有するものと考えている。

また、学生が企業で研究参加型インターンシップを経験した場合には、大学と企業の研究者の意識の相違を知ることも多い。すなわち、大学と企業では、例えば、①「論文重視」と「特許出願・ノウハウ保護重視」、②「発明の普及や利用重視」と「自社の利益が重要」、③「研究論文をチェック」と「他社の特許出願を常時チェック」といった相違がある。このことから、グレースピリオド、共有特許のライセンス、無効審判などの知的財産制度の理解につなげるための教育のストーリーを描くこともできる。将来学生が産学いずれの研究者となった場合でも、産学連携の円滑な実施にも貢献し得る。

このような直接・間接的な政策的意義に鑑み、提案内容の実現に向けては、政府としても、大学や企業の知的財産の関係者が取り組みやすい環境の整備、例えば、大学及び企業の知的財産以外の関係者に対しインターンシップと知的財産教育を連動させる重要性の意識を高めるためのメッセージの発出や、インターンシップとの関係での教育に特化した教材モデルの作成などを支援する必要もあろう。

5. おわりに

中小企業や大学など多様な主体や全国の幅広い地域に対し、知的財産の知見を有する人材のすそ野を拡大するための取り組みはこれまでも様々実施されてきた。しかし、普及の対象者をどのように選定しアプローチすればよいか、その対象者に知的財産への意識を浸透させるにはどうしたらよいかについて、明快な回答や解決の決め手があるものではない。しかし、時間を要することだけは経験上明らかであり、この点からも多くの者にできるだけ早期に知的財産の知見を得る機会を増やすことが重要である。

そのために、多くの学生が経験するインター

ンシップが、知的財産の普及のきっかけとして有効な場となり得ることを、あわせてIPランドスケープをはじめとした知的財産情報を企業経営に広く活用することが期待され進展している中で企業の身近な問題の一つとして、優秀な新卒人材を採用する際にも知的財産情報が貢献し得ることを、最後に改めて強調したい。

注 記

- 1) 本稿は、お茶の水女子大学リーディング大学院推進センター特任教授在職時の経験も踏まえたものであるが、本稿で述べる意見や記述内容などは、現在及び過去の所属組織との関連はなく、あくまでも個人としての見解である。
- 2) 政府としての推進例として以下の例がある。文部科学省・厚生労働省・経済産業省、インターンシップの推進に当たっての基本的考え方（平成27年12月10日一部改正）
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/intern/PDF/h27sansyou-honbun.pdf>
- 3) 文部科学省、令和元年度大学等におけるインターンシップ実施状況について
https://www.mext.go.jp/b_menu/internship/1413929_00002.htm
- 4) 就職みらい研究所（株式会社リクルート）、就職白書2021, pp.10-11
https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2021/04/hakusyo2021_01-48_up.pdf
- 5) 「経済同友会インターンシップ」の詳細については、下記参照。
<https://www.doyukai-internship.or.jp/internship/>
- 6) 「研究インターンシップ」は、産学協働イノベーション人材育成協議会が主体となり、アカデミアでも産業界でも研究を進めていく上で必要なスキル(トランスファラブルスキル(Transferable Skills))の獲得を重視して実施されている。
<https://www.c-engine.org/>
- 7) 「ジョブ型研究インターンシップ」を推進するため、ジョブ型研究インターンシップ推進協議会が設置された。
<https://coopj-intern.com/>
- 8) 大西宏一郎・長岡貞男、企業内研究者のライフサイクル発明生産性, 12-E- 059独立行政法人経

済産業研究所（2012）

<https://www.rieti.go.jp/jp/publications/summary/12090012.html>

上記調査によると、企業研究者については、学歴別の入社後からの特許出願件数及び被引用件数のいずれも、博士人材が最も高い。

- 9) 北九州における産学官連携のインターンシップの詳細については、以下を参照。

<https://www.kpec.or.jp/jinzai/>

また、その他全国の地域事例については、以下も参考となる。

経済産業省、連携組織の事例集（地域連携組織によるインターンシップの推進に向けて）

https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/intern/PDF/H27_intern_case_studies.pdf

- 10) 関東経済産業局 大学や企業向けの知財インターンシップ実施マニュアル

http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/chizai/chizai_internship.html

- 11) 経済産業省が公表しているモデル規程例

https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/internship/24fy_internship_2-3_keiyakusho_kaisetsu.pdf

大学が公表している例（東京工業大学）

http://www.mot.titech.ac.jp/wp-content/uploads/internship_f01.pdf

専門家による規程例

社労士就業規則実践研究会，企業実務に即したモ

デル社内規程と運用ポイント，pp.255-258(2016)，労働新聞社

- 12) インターンシップ生が法律上の労働者として労働契約の対象となるか否かについての係争例（東京地判平成20.3.26ヒューマン・トラスト事件）もある。仮に、インターン生が労働者とみなされた場合には、企業の職務発明規程がそのまま適用されることとなり得るが、後日の紛争を避ける観点からも、安全配慮義務などに加え、知的財産の帰属などについても、事前に合意しておくことは重要である。

- 13) 経済産業省，大学ファクトブック2021

https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/daigaku_factbook.html

- 14) 企業や商品を知的財産面からPRするものとしては、特許庁作成のもの（「知的財産権活用事例集」「商標活用ガイド」「意匠制度活用ガイド」「知的財産戦略事例集」）や日本弁理士会作成の冊子（「ヒット商品はこうして生まれた！」）などがあり参考となる。知的財産の知見を十分有しないインターンシップ学生向け用としては、知的財産を主役とするのではなく、企業や商品を支えている印象の強い資料として構成する必要があると考えている。

（URL参照日は全て2021年11月15日）

（原稿受領日 2021年11月29日）

