

今回の論点

1. 知的財産権の流通

(専門調査会での主な意見)

- 最も日本が足りない点は、知財をめぐる金融の取り組み。アメリカでは、ネット上で技術移転をしてしまう仕組みがあり、さらに「インテレクチャル・ベンチャーズ」というような、特許を取ってライセンスし、キャピタリストに戻すビジネスモデルもある。

※ 3月30日に開催された知的財産戦略本部会合においても、知的財産に関する金融面での取組が重要との発言あり。

《これまでの知的財産権に関する金融面での取組》

- ・平成16年12月の信託業法改正により、知的財産も信託可能とされた。
- ・知的財産の流通、知的財産の価値評価などに関して、調査・研究結果を取りまとめ公表してきた。

- ・「知的財産の流通・資金調達事例調査報告～目に見えない経営資源の活用」
(2007年、経済産業省)

内容：知的財産の流通と資金調達の実態について国内外の調査結果を取りまとめたもの

- ・「知的資産経営評価融資の秘訣」(2009年、経済産業省)

内容：融資等における知的財産を含む知的資産の業務上の価値評価のための留意点・手法を取りまとめたマニュアル

- ・知財担保融資の実績

日本政策投資銀行による知財担保融資実績：

310件、210億円(1995年～2008年3月の累計)

民間金融機関における知財担保融資：

26件、21億円(2007年3月時点の残高ベース(累計ではない)；全国銀行協会によるアンケート結果)

※ 金融機関等に対するヒアリングによれば、知財単体に担保価値を認め

融資するというよりも、知財とその他の担保を総合的に評価し、融資しているのが実状。

2. 特許の機械翻訳、英語出願

(専門調査会での主な意見)

- 外国出願で一番費用がかかるのは翻訳費用。特に中国語への翻訳費用が高い。機械翻訳技術のシステムを構築して民間に開放して欲しい。そうすることが、低コストかつ効率的なグローバル権利取得につながり、海外出願比率を高めることにもつながる。
- 将来的には英語による出願で相互に利用しあう制度を目指すべきではないか。
- 日本語による技術情報の蓄積は中小企業等にとっても重要。英語による出願、特許付与は技術基盤を危うくする可能性がある。

《特許文献等の翻訳に関連する取組》

- ・ I P D L (特許電子図書館) を通じて、日本の特許公報等の英語機械翻訳を提供中。
- ・ I P D L を通じて、韓国及び中国特許文献の英文抄録の提供を 2010 年 3 月から開始。
- ・ 我が国からの要請等により、中韓もインターネットを通じて特許公報等の英語機械翻訳を 2008 年から提供開始。
- ・ 日英機械翻訳用の辞書データを低廉な価格で提供中。
- ・ 外国特許庁に対し、日本特許出願の審査関連書類を英語機械翻訳により提供中。
- ・ 日米欧韓中 (I P 5) の枠組みにおけるプロジェクトの一つとして機械翻訳の精度向上に向け、検討を開始。

《英語による特許出願》

- ・ 特許協力条約 (P C T) に基づく出願については、日本特許庁を受理官庁と

して出願する場合、日本語又は英語で出願することで、PCT加盟各国に対して出願したのと同様の効果が得られる。特許を取得したい国（指定国）に対しては、優先権主張日から30か月以内に、国際調査報告等を踏まえ権利化の必要性を判断した上で、指定国が要求する言語で翻訳文を提出すればよい。

- ・特許法条約（P L T）では、明細書がいかなる言語で記載されていても出願日を確保することが可能。（日本、韓国、中国はP L Tには未加盟）
- ・日本では英語による出願が可能。ただし、出願日（優先権を主張する際は優先権主張日）から1年2か月以内に翻訳文を提出する必要がある。

3. ブランド構築における知的財産権の活用

（専門調査会での主な意見）

- 「知を使う知」というのは、技術やブランドという無形資産を使う「知」。競争相手は技術やブランドを巧みに使う上位レベルの「知」をものすごく工夫している。
- ブランド戦略についても、議論を進めるべき。
- テクノロジーを意匠権でカバーするなど、意匠権のビジネスモデル上の使い方が従来と変わってきている。

《ブランド構築における知的財産権の活用事例》

- ・製品だけでなく、消費者との接点を知的財産権で保護
社名変更にあわせ、全製品の梱包箱のデザインをリニューアルし、統一。また、出所をアピールするために各製品のブランドロゴは入れずに、社名ロゴで統一。そのような梱包箱のデザインを国内外で意匠権として広く権利化。意匠制度のない国では立体商標も活用。
- ・製品の特徴的な機能をデザインで表現し、意匠権でも保護
スポーツウェアの背中をサポート機能を強化した特殊な機能を持つ部分をあえて分かりやすくデザインして、「機能を目に訴える」ことで機能をアピール。その機能を実現する技術の特許権で保護しつつ、製品概観を意匠権で保護。

・技術そのものをブランド化

製品やサービスではなく、それらに使われる技術自体をブランド化。光触媒を利用した浄化技術について、陶器等の自社製品だけでなく、自動車用バックミラーや建材等、自社が手がけない分野での同技術の応用について特許権や商標権を取得。

4. アジア地域における国際標準化活動

(専門調査会での主な意見)

- 25億人の市場のあるアジアに国際標準化機関があるべき。このような機関があればアジアの中で Face to Face のコミュニケーションが図れる。
- デジタル標準はヨーロッパ主導という考え方を打ち破る必要がある。
- 今、日本がAPECの開催国であり、政治の問題として、APECの場を利用して国際標準化機関の誘致を発信していくべき。

5. 知的財産によるベンチャー振興策

(専門調査会での主な意見)

- ベンチャーの最大の挑戦は、特許出願や費用の問題ではなく、人材が揃うのかという点にある。本当に競争力をあげたいと思ったら、優れたアイデアをもっている人たちに、国として賭けるといような仕組みが必要。日本では産業界、大学などに人材が散在しているが、何か新しいことをはじめようとしたときにこうした人材を集めることができない。要するに人材のモビリティが低いということ。
- 技術と人材を見てベンチャーキャピタルがベンチャーに投資しようというよりも、例えばタケダが1億円投資したという事実によ

ってベンチャーキャピタルは投資する。したがって、ベンチャー投資を活性化するため、エンジェル税制の対象を個人投資家に限るのではなく、企業も含めるべきではないか。

- 優れた技術を持ちながらも経営資源に制約がある、そのポテンシャルを活かしきれていないベンチャー企業、中小企業に対する支援を総合的に展開すべき。

(以上)