

特集「知財パラダイムシフト」の 企画にあたって

会誌広報委員会*

アベノミクスがスタートして2年目を迎えました。

内閣府発表の2013年12月月例経済報告から、約4年ぶりに「デフレ」の表現が消えました。消費者物価指数（食料・エネルギーを除く）の動き等から、物価は底堅く推移していると判断され、ひとまず一定目標に到達したとの判断もなされています。また、内閣府の「国民生活に関する世論調査」（2013年6月調査）等から、アベノミクスの効果が国民生活へ浸透しつつある、とする意見もあります。

しかし、日本企業がビジネス面でグローバルに劣勢に立たされている状況については、依然顕著な変化が見られないように思われます。日本的経営は、グローバル市場で勝つために更なる見直しを迫られています。その中で、自らが拠り所としている価値観や考え方・規範などの枠組み（パラダイム）を意識的に見直し、そのパラダイムをシフトさせることが企業経営上重要であると考えられます。

経営の変革に呼応して、知財の世界もパラダイムシフトが必要でしょう。しかし、多くの日本企業において、例えば特許についてみるならば件数主義の出願戦略を取っていることが多く、権利活用の場面もディフェンス側になるケースが多く、積極的な知財活用の動きは少ないことが現実であるように思えます。他方で、知的財産制度は、人のアイデア・知恵を保護して社会の発展に寄与してきたものの、発展途上国の役には立っておらず、むしろ障害になっている、との問題が提起される局面さえもでてきており、従前のパラダイムから大きくシフトが求められる局面が出てきています。

そこで、会誌広報委員会では、本特集号のテーマを「知財パラダイムシフト」とし、知財をどう変えていくべきか、ビジネス側面にフォーカスしつつ、今後の日本企業が取るべき指針についての提案をお願いしました。

(1) 知財パラダイムシフトー知財活動の劇的变化ー

知財パラダイムシフトのきっかけは21世紀になってから顕著になった現象ですが、今となっては、もはや20世紀の古典的な知財活動には戻れない状況です。新興国企業のチャレンジをはねのけて競争に勝つために求められることは多く、そこには柔軟な思考と活動が要求されています。日本企業の知財メンバーが、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、そのヒントについて考察しています。

(2) クールジャパン戦略ーコンテンツをめぐる政策パラダイムシフトー

安倍政権が掲げる成長戦略では「クールジャパン戦略」が明確に位置付けられ、クールジャパン機

* 2013年度 Publication and Public Affairs Committee

本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

構を通じたりスクマネー供給など、政策面からの強化が図られています。こうした中、コンテンツビジネスが、製造業をはじめ様々な異業種との連携や協力の下に新しい海外展開モデルの開拓、ならびに海外需要を獲得することが期待されています。

(3) IBMの知的財産戦略—ビジネスへの貢献—

IBMは、イノベーションの文化を醸成し、知的財産部門において発明者が生み出したイノベーションを、集中管理とグローバルな分散オペレーションにより戦略的・効率的に保護し、知的財産の価値を最大化するように活用してビジネスに貢献しています。企業戦略の一環として明確に位置づけられたIBMの知的財産戦略について、その有機的な仕組を紹介しています。

(4) 戦略的標準化—国際標準化の戦略的活用—

「デファクト標準」「デジュリ標準」「コンセンサス標準」の3つの標準化方式の特徴及び戦略的な意義を踏まえ、オープン標準を使った企業戦略は、新興産業が世界経済に仲間入りする力を利用するが故に強力に機能し、先進国企業にとって特筆すべき戦略となり得ること、同時に、新興国の産業成長や消費者の生活向上に大きく貢献することについて考察しています。

(5) 複数国における権利行使の実務—欧州の特許訴訟を例として—

多くの日本企業は、海外で侵害が発生すると、現地弁護士に任せ対応に留まりがちで、どうしても受動的になりがちです。欧州の特許訴訟の事例を通し、複数国における権利行使の実務について、権利者である企業知財部門の視点からその進め方を提言しています。

(6) 企業における営業秘密保護

—グローバル・コンプライアンスの視点から取るべきプロセスの探求—

ビジネスのグローバル化が著しく進む中、自社技術管理とともに外部技術・ノウハウの積極的な取り入れ～新たな価値創造が求められる反面、人材の流動化・雇用形態の多様化に伴う企業での営業秘密保護が大きな課題となります。グローバル・コンプライアンスの視点から、取るべきプロセスを検討し、予防、秘密流出時の対応及びその戦略について考察しています。

(7) 大企業による特許開放がものづくりを元気にする—川崎発の知財ビジネスマッチングモデル—

大企業が保有する特許を中小企業に開放し、中小企業が自社製品開発に乗り出す取り組み、いわゆる「知財ビジネスマッチング」について神奈川県川崎市の取り組みを紹介します。企業が保有している特許の新しい活用方法を提示するものであり、取り組み方のノウハウが詰まった内容です。

(8) 知財戦略—知財戦略の考察と、日本企業の進むべき知財戦略について—

日本知的財産協会において、各社の知財経営層を主体メンバーとする総合戦略会議が発足し、その下部組織として知財戦略ワーキング・グループが設置され検討活動が開始されています。その中では、著名な知財戦略を分析するとともに、日本企業の進むべき知財戦略について業界別に考察されており、提言等も含めた活動内容を報告します。また、「化学・素材業界」「自動車業界」「電機業界」について、それぞれの業界特有の事情を挙げながら、今後各業界で取るべき知財戦略について具体的に考察しています。

本特集号の企画にあたり、ご執筆者の皆様には、ご多忙中にもかかわらず企画趣旨に賛同いただき、ご執筆賜りました。本特集号が皆様の今後の成長戦略に寄与するための材料として少しでもお役に立てれば幸いです。