

開発途上の知財戦略

二 宮 襄*



一昨年の知的財産戦略本部の設置から始まって、知的財産基本法の制定、知的財産推進計画の策定と、我が国では知的財産立国に向けた取組が推進されてきている。首相を本部長として知的財産戦略を推進するようなことは、これまでの我が国にはなかったことであり、知的財産が国の産業推進にとっていかに大切であるかを物語っている。また、昨今の職務発明に関する訴訟が大きなニュースになり、その判決の行方が注目を集めている。これら訴訟を発端とした職務発明に関する特許法改正の対応に企業は頭を悩ませている。

以上は知的財産を巡るニュースでも大きな出来事であるが、その他のニュースも含めて知的財産関係の記事が毎日のように新聞に掲載されている。

ひるがえって、我が社を含むビール業界について言えば、少数の企業による寡占状態が続いてきたことや、需要の順調な伸びに支えられてきたこともあって、知的財産を巡る争いに巻き込まれることもあまり無い状態であった。ところが、今やビール需要は頭打ち傾向になり、需要の伸びが期待できない状況に立ち至っている。このような状態にあって、各社は第一に機能性飲料を含む多様なアルコール飲料の開発による需要の喚起、第二に海外進出、特にビール生産量が世界一になった中国を中心としたアジア各国への進出による利益確保に注力している。

第一の新商品については、各社はアルコール飲料の開発にしを削っている。いきおい、ビール以外のアルコール飲料にも及んでおり、他のアルコールメーカーとの競争に突入している。例えば焼酎やウイスキーといった蒸留酒や缶チューハイなどの低アルコール飲料であり、競合メーカーは急速に拡大している。更に、その開発はアルコール飲料に留まらず、ノンアルコール飲料にも及んでいるので、一般の飲料メーカーとも競合する時代に入ったのである。いわば業界の企業活動のボーダレス化が進んでいるのである。

このような状況にあって、新商品や新規事業を保護し、他社の追随を許さないために知的財産確保が重要になってきている。ここへきて、やっと他の業界のように知的財産の重要性に気が付いてきた状態であり、各社では知的財産確保のための活動が活発になっている。特に特許侵害問題は、これまでは業界のライバル企業に注目して調査していればおよその目的を達成することができたが、業界の壁が無くなってきたため、他の業界も視野に入れた調査が必要になってきており、知的財産活動もボ

* アサヒビール株式会社 執行役員 総合支援本部長 Noboru NINOMIYA

※本文の複製,転載,改変,再配布を禁止します。

ーダレス化が進んでくるのはやむを得ない状況と言える。

第二の海外進出に際しては、多方面にわたる注意が必要なのはよく言われているところである。

特にノウハウの保護とブランド管理に注力している。海外生産を行う場合、生産方法に関するノウハウをある程度開示しないと、満足する品質の製品を造ることができない。だからといって、ノウハウすべてを開示するわけにはいかないのです、その管理が大切である。長年にわたる企業活動の結果により蓄積したノウハウであるだけに頭を悩ませている。ノウハウ保護は管理だけでは不十分であるので、特許出願による権利確保も合わせて行うようにしている。

海外生産では模倣品対策も重要である。そのためには、ブランド管理に心がけ、模倣を許さない行動が求められる。いきおい、海外における権利行使も避けて通るわけにもいなくなるので、慣れないことであるが、海外における知的財産権による権利行使も推進せざるを得ない状況である。このような活動は我々の企業ではあまり経験が無いので、試行錯誤を重ねているのが現状である。海外での経験豊富な他の業界の助言を得ながら進めたい。

上に述べたような状況は、日本知的財産協会の会員諸兄から見れば当然のことであり、何を今更、と思われるのは無理からぬことであろう。我々の業界は、前述したように寡占状態で長期間にわたり単一の製品で企業活動を進めることができた珍しい業界であった。そのためもあって、知的財産活動については先進的でないが、これからは遅ればせながら知的財産活動を推進しなければならない状況に至っている。協会の先輩企業では、すでに経験済みの知的財産案件も我が社では未経験のことも多い。これらの活動は書物等にも記載されており、参考にはなるが、経験してみないと理解できないこともあると考えるので、着実に経験を重ねながら進めていきたい。