Close Up

最近の特許法・特許制度等改正の概要および知財をめぐる動向／JPOの取組み

－2023年度　特許庁との懇談会報告－

－後 編－

(一社)日本溶接協会　特許委員会

（前号前編から続く）

3　知的財産権の活用事例について

知的財産権の活用事例について，これまで特許庁から公表している知財経営に関する事例集を交えつつ，知財経営を実践するためにどのような工夫があるか，どういう点を押さえればよいかなどのエッセンスを紹介する。

3.1　事例集作成の背景

特許庁では知財経営を推進すべく，2019年から毎年事例集を公表している。最初にこの事例集作成の背景を紹介する。2019年から2023年で５冊公表しているが，後ほど，直近の２冊を中心に紹介する。

図11は，企業価値に占める無形資産の割合を日米で比較したものである。左側が米国市場，右側が日本市場を示している。米国市場においては，1975年から2020年にかけて右肩上がりに無形資産の割合が増加してい

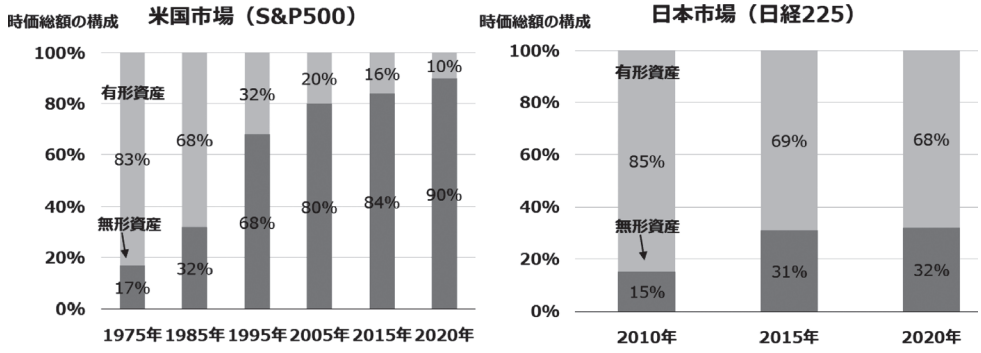
新設・改訂された原則	概要	コンプライ率（2021年12月比）	
		プライム	スタンダード
補充原則２－３①	取締役会は，**サステナビリティ課題への対応はリスクの減少のみならず収益機会にもつながる重要な経営課題であると認識**し，積極的能動的に取り組むよう検討を深めるべき	95.8%（+1.9pt）	94.0%（+0.7pt）
補充原則３－１③【新設】	・経営戦略の開示にあたって，自社のサステナビリティについての取組みを適切に開示，人的資本や知的財産への投資等について，分かりやすく具体的に情報を開示・提供すべき ・プライム市場上場会社は，TCFD又は同等の枠組みに基づく開示の質と量の充実を進めるべき★	62.5%（－4.2pt）	59.4%（+0.8pt）
補充原則４－２②【新設】	・取締役会は**自社のサステナビリティを巡る取組みについて基本的な方針を策定すべき** ・**人的資本知的財産への投資等をはじめとする経営資源の配分，事業ポートフォリオに関する戦略の実行が，企業の持続的な成長に資するよう，実効的に監督すべき**	86.4%（+6.2pt）	67.2%（+3.5pt）

知的財産への投資の開示･監督について，まだ手探りの状況

出典：コーポレートガバナンス・コードへの対応状況（2022年７月14日時点）株式会社東京証券取引所2022年８月３日 https://www.jpx.co.jp/news/1020/nlsgeu000006jro6-att/nlsgeu000006jrqr.pdf

（※特許庁講演資料に基づき溶接協会作成）

図12　CGCのコンプライ率



（注）時価総額(market cap)から純有形資産(net tangible asset value)を引いたものを純無形資産（net intangible asset value）としている。その純無形資産を時価総額で割ることでそのインデックスに占める無形資産を割り出している。

出典：新しい資本主義実現会議（第５回）資料１ 基礎資料（2022年）
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/kaigi/dai5/shiryou1.pdf

図11　企業価値に占める無形資産の割合

る。一方，日本市場では，微増となっており，日本における2020年の水準は，米国における1985年の水準であり，日本市場が遅れていることがわかる。一方，日本市場において，無形資産が企業価値をさらに高めることのできる伸び代があるという見方もできる。

このように企業経営における無形資産の重要性が企業に浸透しているところ，2021年6月にコーポレートガバナンス・コード（以下CGC）が改訂された。こちらは上場企業において，補充原則3-1③にあるように，知的財産への投資等について具体的に情報を開示・提供すべきであること，補充原則4-2②にあるように，取締役会は，知的財産への投資等を実効的に監督すべきであることが定められている（**図12**）。

CGCのコンプライ率を見てみると，概ね6割から8割程度のコンプライ率であることから，企業においては，知的財産への投資の開示・監督について，まだ手探りの状況なのではないかと思われる。

知的財産情報の開示が重要となる中，近年注目されているのが，**図13**に示すIPランドスケープである。2020年度に調査を行ったところ，約8割の企業の方がIPランドスケープという言葉は耳にしたことがあると答えていたが，実際に実行に移していたのは約1割であり，当時はまだそれほど浸透していない考え方であった。今はもう少し浸透してきているかと思われる。

IPランドスケープといっても，定義は様々であるが，特許庁では，「経営戦略又は事業戦略の立案に際し，(1)経営・事業情報に知財情報を取り込んだ分析を実施し，(2)その結果を経営者・事業責任者と共有すること」と定義している。

図13にあるように，一般企業における価値創造メカニズムは左から右のような流れになっており，経営資源があって，それをもとにビジネスモデル，そして製品・サービスを提供して，最終的には経済的・社会的価値を生み出すというものである。当該メカニズムを設計する際の思考はバックキャスト的な思考，右から左への流れで設計がなされていくことになると理解している。その

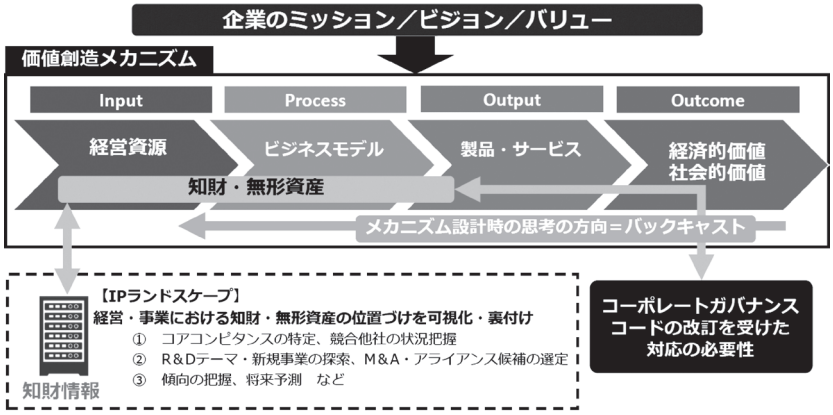


図13 IPランドスケープ

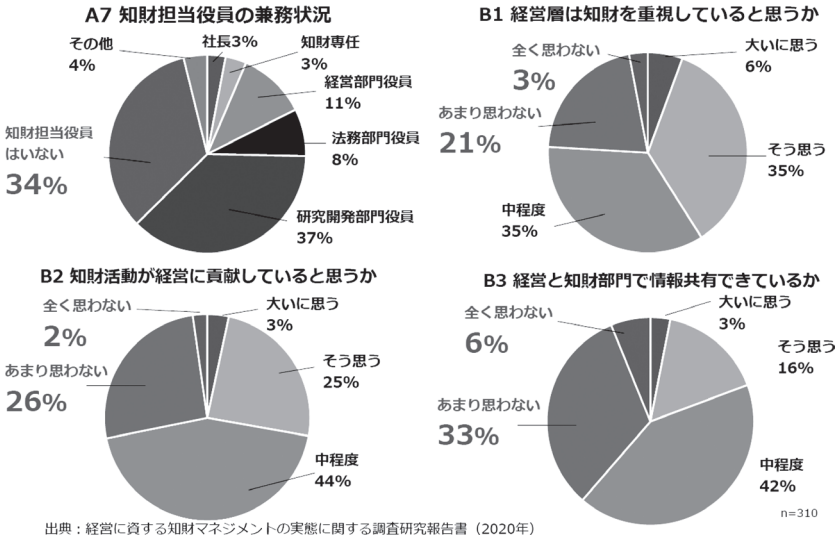


図14　知財と経営に関する企業関係者へのアンケート調査結果

際，無形資産をどのように加えるかというところで，IPランドスケープが役立てられる。IPランドスケープは，コアコンピタンスの特定，R&Dテーマや新規事業の探索，M&A・アライアンス候補の選定等に役立てられるものである。

図14は知財と経営に関する状況について2020年に公表したアンケート調査結果である。左上の知財担当役員の兼務状況についての質問に対して，30%強が「知財担当役員はいない」と回答している。右上の経営層は知財を重視しているかという質問に対しては，「全く思わない」，「あまり思わない」を合わせて24%となっており，知財と経営に対する取組が不十分な企業が一定程度存在することが分かる。

3.2 これまで公表してきた事例集の概略

このような状況を踏まえて，特許庁では知財経営のベストプラクティスをまとめた事例集を作成・公表している。

事例集は2019年から5冊公表している。時系列に概要を紹介すると，2019年に発行した「経営における知的財産戦略事例集」は，最初の事例集ということもあり，幅広く調査を行った。具体的には国内外の約100社に対してヒアリング調査を行い，網羅的な事例集となっている。

他方，知財戦略の詳細を知りたいという声が多数あったので，2冊目の2020年に発行した「経営戦略を成功に導く知財戦略【実践事例集】」では，調査対象を20社に絞り，知財戦略をどのように策定しているのかをプロセスも含めて紹介している。

3冊目の2021年に発行した「新事業創造に資する知財戦略事例集～「共創の知財戦略」実践に向けた取り組みと課題～」では，知財経営に実際に取り組んだ場合にうまくいかない悩みとその解決事例をまとめている。

続いて，4，5冊目は，ここで主に説明するものであるが，CGC改定後の事例集となっている。

これまでの事例集では，経営層が知財部門を活用して頼りにし，知財部門が経営層に働きかけができるような企業内風土が出来上がっているところについて事例集でまとめたが，2022年に発行した4冊目の「企業価値向上に資する知的財産活用事例集－無形資産を活用した経営戦略の実践に向けて－」では，どのようにしてそのような企業内風土が獲得できたのかという点を，経営層と知財部門とのコミュニケーションに着目して調査しまとめている。

5冊目の事例集「知財経営の実践に向けたコミュニケーションガイドブック～経営層と知財部門が連携し企業価値向上を実現する実践事例集～」についても，同様にコミュニケーションが一つのキーワードになっている。これまでは知財経営を既に実践している企業に対してヒアリングを行っていたが，実践するまでの話がすでに過去のものとなっていて，手触り感がなく，事例集にまとめるのが難しかったため，5冊目の事例集をまとめるにあたっては，知財経営にこれから取り組みたい企業に対して，知財と経営の専門家による支援を行い，知財経営の実践に必要な事項を調査した。

3.3 企業価値向上に資する知的財産活用事例集

2022年に発行した4冊目の「企業価値向上に資する

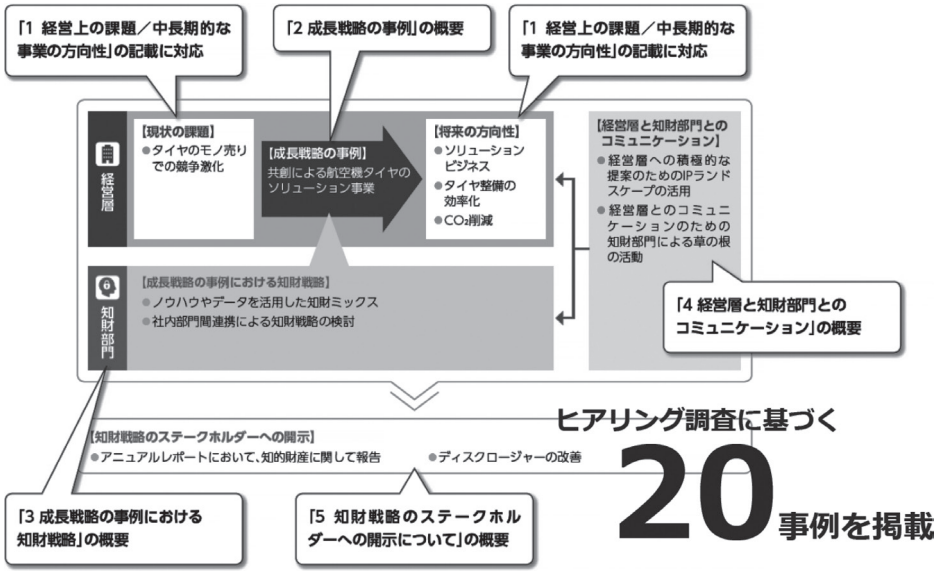


図15　企業価値向上に資する知的財産活用事例集

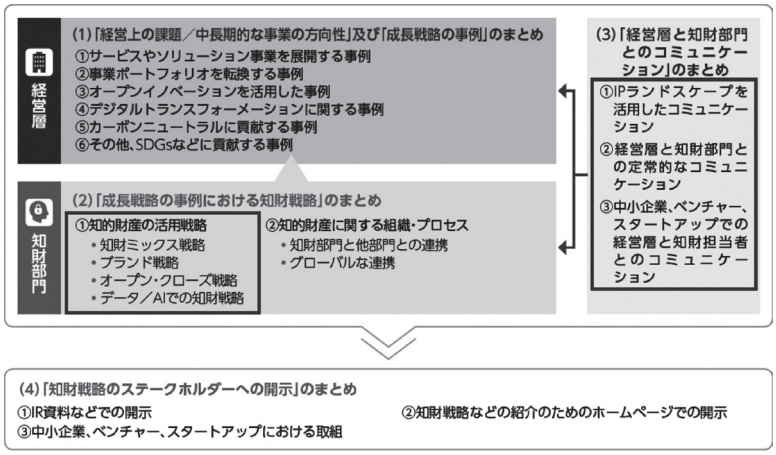


図16　事例集全体のエグゼクティブサマリー

知的財産活用事例集－無形資産を活用した経営戦略の実践に向けて－」について，具体的な内容を紹介する。

経営層が知財部門を活用して頼りにし，知財部門が経営層に働きかけができるような企業内風土をすでに獲得している企業に対してヒアリング調査を実施して，20の事例を掲載している。

各事例には**図15**に示すようなサマリーを設けている。上側が経営層の，下側が知財部門のまとめとなっていて，経営層側では，経営上の課題から中長期的な事業の方向性に向けて，どのように成長戦略をまとめていくのかを，知財部門側では，その成長戦略に対して，どのような知財戦略を採っているのか，経営層と知財部門とのコミュニケーションをどのように図っていたかということを簡単にまとめている。

本事例集の巻頭において，**図16**に示すように事例集全体のエグゼクティブサマリーを設けており，事例集全体から得られた知見をコンパクトにまとめている。

(1) の経営層のパートでは，サービスやソリューション事業を展開する事例やオープンイノベーションを活用した事例，昨今話題となっているSDGsの取組事例等がまとめられている。(2) の知財部門のパートは後程詳細に説明する。

(3) の経営層と知財部門とのコミュニケーションのパートでは，経営層と知財部門との定常的なコミュニケーションとして，具体的には，経営層に直接報告するラインを持っている事例や，事業部門長と定期的にコミュニケーションを持つことで，間接的に経営層とコミュニケーションを取っている事例，経営会議で報告する事例も見られた。

最後に (4) の知財戦略のステークホルダーへの開示のパートでは，統合報告書やサステナビリティ報告書において，知財に触れるケースがあった。中小企業，ベンチャー，スタートアップでは，資金調達の目的で知財の取組等を開示している事例も見られた。

3.3.1　知財戦略の具体例

ここからは知財戦略として具体的にどのようなものがあるかを紹介する。

1点目は，知財ミックス戦略である。これはBtoB事業とBtoC事業で傾向が異なり，BtoB事業では，技術と品質が重視されるので，特許や技術ノウハウが比較的重視されている傾向が見られる。一方BtoC事業では，エンドユーザーを意識して，ブランディングが重要であり，商標権や意匠権が組み合わせて利用されていると認識している。

2点目はブランド戦略である。具体的には，ブランドの背景にあるストーリーを顧客に伝えるものである。共創の観点で，どのように社会的課題を解決するかを，ブランドのストーリーに載せて，顧客に届けるというところが注目を浴びているのではないかと認識している。

3点目はオープン・クローズ戦略で，昔からある良く知られたものである。オープン・クローズ戦略といっても2軸あり，1軸目は開示するか秘匿するかの情報のオープン・クローズであり，2軸目は，特許を他社に実施許諾するか否かの実施のオープン・クローズである。

また，最近ではデータ/AIでの知財戦略も具体例が指摘されており，ノウハウの蓄積やAIの精度向上によって，差別化が図られる事例が見られる。

3.3.2　具体事例：KDDI株式会社

続いて具体的に4社の事例を紹介していく（**図17**）。

1社目としてKDDIの事例を紹介する。

KDDIの事例は，知財部門が事業立ち上げの段階から関与して，IPランドスケープを活用している点に特徴がある。

KDDIはSociety5.0の実現を推進すべく，KDDI Accelerate 5.0を2020年に公表している。DXの活用等によって，労働人口の減少等の社会的課題の解決と経済成長の実現の両輪に取り組んでいる。その取組の1つであるスマートドローン事業において，知財部門が事業の立ち上げ段階から関与して，IPランドスケープも活用された。具体的にどのようにIPランドスケープを活用したかというと，国内外の市場，政府や規制，競合他社の動向，自社で保有する既存技術の強み等を総合的に分析して経営層や事業責任者に対して共有し，コアとなる自社の知財権を確立した。

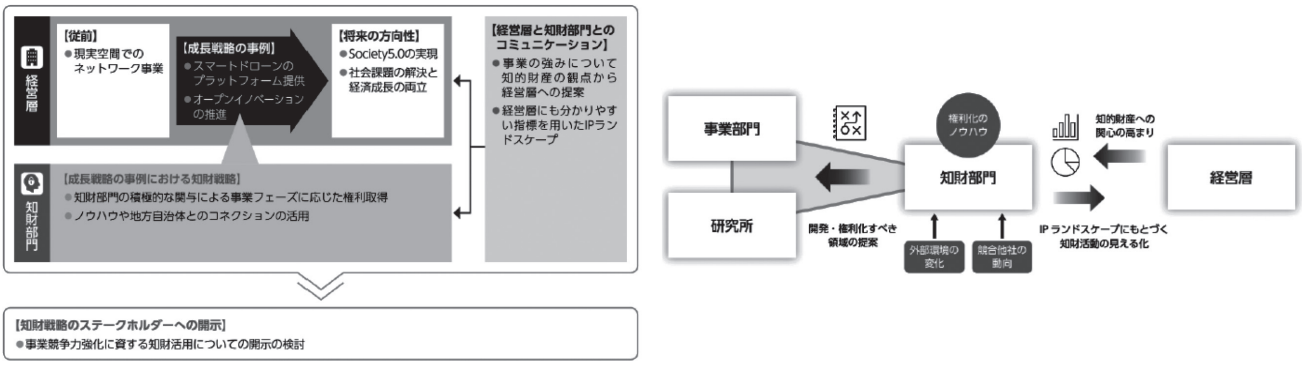


図17　KDDI株式会社の事例

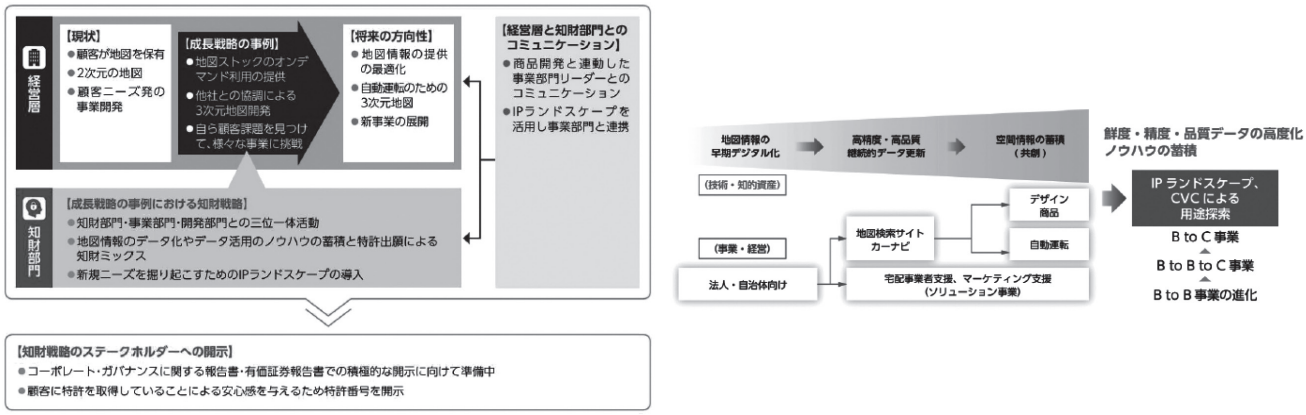


図18　株式会社ゼンリンの事例

コミュニケーションに着目すると，以前の知財部門は，研究所から出てきたアイデアの権利化がメインの業務であったが，2016年頃から，知財部門から積極的に事業の方向性について提案するようになった。提案の具体例としては，マーケットの情報や知財情報を分析して，自社の立ち位置を明確化し，どの領域において研究開発や権利取得を推進していくべきなのかを提案した。

また，定期的に副社長に報告しており，報告内容は会長，社長を含む経営層にも共有されており，IPランドスケープによって，経年変化や競合他社との比較を行う点が，経営層の関心を引いているとのことである。

3.3.3　具体事例：株式会社ゼンリン

続いて２社目のゼンリンの事例について**図18**を参照して紹介する。

ゼンリンの事例は，知財部門が事業部門とコミュニケーションを取るためのツールとしてIPランドスケープを活用している点に特徴がある。

ゼンリンは，顧客の課題に基づいて，自動運転等のための３次元化された地図情報の提供に取り組んでいる。具体的には，地図データをどのような用途に使えるかの用途開発においてIPランドスケープを活用した。経営層とのコミュニケーションについては，知財部門は事業部門と密な関係を築いており，事業部門が知財部門とコミュニケーションを取って，事業部門から経営層に上げる２ステップでIPランドスケープを活用している。また，IPランドスケープの実践においては，今後どのように事業展開が図れるかのシナリオライティングを行い，いかにストーリーをもって経営層に刺さるシナリオを届けるかが大事なところである。

3.3.4　具体事例：株式会社デンソー

続いて３社目のデンソーの事例について**図19**を参照して紹介する。

デンソーの事例は，経営層に知財情報の重要性が理解されたきっかけ作りに特徴がある。

デンソーは，カーボンニュートラルの推進等を目指して，事業ポートフォリオの組替えを加速している。具体的には，内燃機関等の成熟領域はスリム化させる一方で，電動化・自動化のCASE（Connected Automated Shared Electric）領域を拡大させている。

投資家にとって知財情報は重要なものであるという金融機関からの情報や，年金積立管理運用独立法人（GPIF）で特許情報を活用した分析が行われていることを知財部門が経営層に説明したところ，知財情報の重要性に経営層が気づくきっかけになった。このように経営

図19　株式会社デンソーの事例

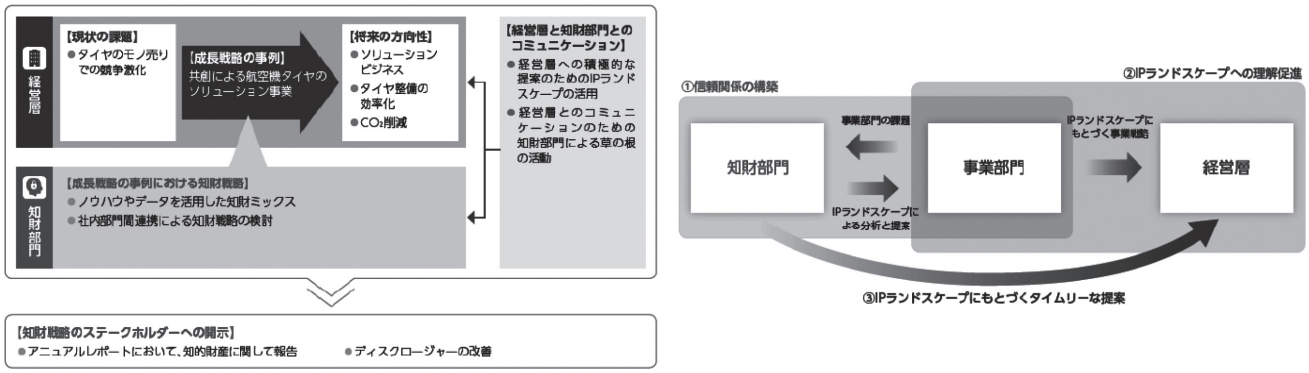


図20　株式会社ブリヂストンの事例

層の目線に立って，経営層が欲しい情報を提供することが重要である。

3.3.5　具体事例：株式会社ブリヂストン

続いて 4 社目のブリヂストンの事例について**図20**を参照して紹介する。

ブリヂストンの事例は，経営層と知財部門とのコミュニケ―ションの形成プロセスに特徴がある。

ブリヂストンは，モノ売りからコト売りに転換している。近年ではタイヤとデータを組み合わせたソリューションを提供する事業を推進している。具体的には，離着陸を繰り返す過酷な環境で用いられる航空機用のタイヤにおいて，摩耗状況を予測するソリューションビジネスを展開している。

知財部門としては，待ちの姿勢ではなく，攻めの姿勢で，経営層とのコミュニケーションでIPランドスケープを実践している。そのステップは，一言でいうと，仲間を巻き込んで経営層に上げていくというステップで，まず知財部門が直接コンタクトするのではなく，知財部門はIPランドスケープを活用して事業部門と連携を深め，事業部門から経営層に対してIPランドスケープを活用して事業戦略の説明を行うことで，経営層にIPランドスケープの有効性が浸透した。この段階になってようやく知財部門が直接的に経営層に対してIPランドスケープに基づく提案を行い始め，最終的には社長自らIPランドスケープに基づいて経営会議で話をするようになった。

このようにコミュニケーションの重要性について説明してきたが，知財部門と経営層との対話ができている企業の特徴としては 2 点ある。1 点目が経営層目線のもの，2 点目が知財部門目線のものである。

1 点目は，経営層が，企業や事業の成長戦略との関係で，知的財産の役割や事業への貢献について理解していることである。

2 点目は，知財部門が，経営層が思い描く企業や事業の将来像（To be）を現状（As is）との対比において理解し，適切なタイミングで経営層に情報提供していることである。

このように経営層と知財部門が歩み寄って，お互いが必要とする情報を提供し合うのが，まさに両者が対話できている企業の特徴であると見いだされた。

3.4　知財経営の実践に向けたコミュニケーションガイドブック

次に直近で公表された「知財経営の実践に向けたコ

ミュニケーションガイドブック」について紹介する。

知財経営の推進に際しては，経営層と知財部門，事業部門といった関係部門間のコミュニケーションが非常に重要ということが明らかになっている。このコミュニケーションに対してどのような課題があるか，課題を解決するためにどのような手段があるかを明らかにするために**図21**に示すような調査を実施してまとめたものが，この事例集である。

具体的には，現地調査を実施するのみならず，座談会や，知財経営を既に実施している企業４社の経営層へのヒアリングを実施した。

現地調査においては，知財経営の必要性は理解しているものの実践に悩む調査対象企業10社に，知財部門，事業部門，経営企画部門の３部門で企業内チームを組んでもらい，経営コンサルタント等の専門家チームを派遣した。ここで得られた知見は，匿名でガイドブックにまとめている。

このような調査を通じて浮かび上がってきた知財経営の実践に悩む企業における課題が２点ある。

１点目は，知財部門・知的財産の役割に対する「意識」のギャップである。知財は守りであり，知財部門の役割は知的財産権を管理することであるといった固定概念に経営層，知財部門自身がとらわれている企業もある。

２点目は，知財部門に経営サイドの情報・視点が不足する「情報」のギャップである。多くの企業の知財部門で経営層に刺さる情報とはどういうものかを掴むのに苦戦されており，経営層側も知財部門がどのような情報が出せるのかを理解しておらず，お互いに相手がどういう情報を持っているのか，どういう情報を欲しがっているのかの理解が不足していたというところがギャップとして挙げられる。

そのような課題を踏まえて，知財経営を実践するために必要なことが２点明らかになった。

１点目は，経営層・知財部門及び関係部門が，それぞれ知財部門の役割モデルを再定義すること，すなわち，経営層，知財部門自身が，知財部門の役割を，将来の経営や事業を見据え，それに対して知財で貢献するという位置づけに再定義することが必要である。

２点目は，経営層・知財部門の議論の機会を積極的に創造し，濃密な議論を繰り返し，相互が情報の差を埋めることが必要で，特に活発なコミュニケーションを繰り返すことによって，情報のギャップを埋めることが可能となる。

3.4.1　知財経営を実践している４社へのヒアリング結果

本事例集では，知財経営を実践している企業４社（株式会社オプティム，貝印株式会社，花王株式会社，日東電工株式会社）へのヒアリング調査結果を掲載している。

この４社の知財担当役員に，知財部門の役割と，知財部門と経営層の情報ギャップをどう埋めているかの質問を行った結果を**表３**に示している。

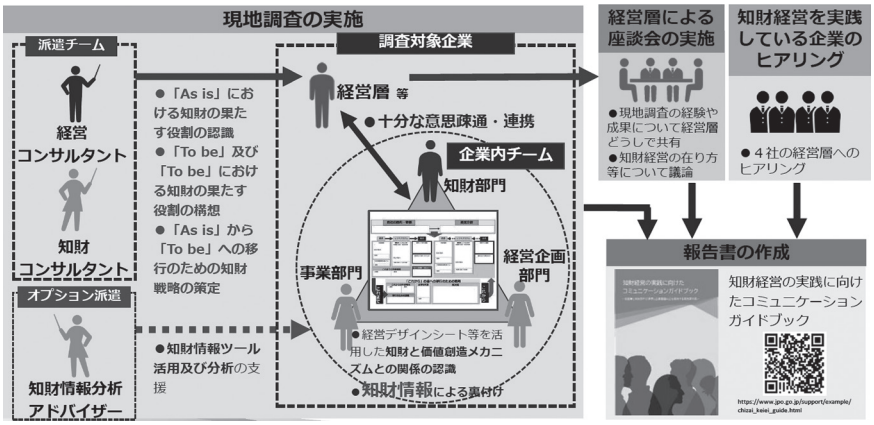


図21　本事例集に係る調査方法

表３　４社へのヒアリング結果

（※特許庁講演資料に基づき溶接協会作成）

	企業名	１　知財部門の役割	２　知財部門と経営層の情報ギャップをどう埋めているか
1	株式会社 オプティム	事業構想の上流から，権利化のみならず知的財産の可視化，社外アピールの検討，事業企画の相談なども担う	組織構造上，知財部門は社長室の一員 これにより事業企画の当事者意識がある
2	貝印株式会社	製品企画から販売戦略まで，関連部門を知的財産の観点から伴走支援	定期的な対話でPDCAサイクルを回し続けて経営層の課題感や将来構想を理解
3	花王株式会社	事業部門が知財をどのようにビジネスに活用していくかを考える そのために，自社の強み・弱みや動向分析を通し，事業部門を支える	研究開発部門の経営層と知財部門の対話は多い 事業部門の経営層と知財部門は，現在対話を深めている
4	日東電工 株式会社	サプライチェーン全体の中で優位性を築くこと 知財の分析により開発の方向性を示す	知財部門は高い視座を持ち，経営層や事業部門とコミュニケーションを繰り返して相手のニーズを理解

いずれの企業においても，経営層から知財部門に対して，経営や事業に対する貢献への期待が寄せられており，知財部門もそれに応えていること，経営層と知財部門が密にコミュニケーションを取っていることが明らかとなった。

3.4.2　現地調査の結果

続いて，現地調査10社における実際のコミュニケーションの内容に基づいて作成した 6 つの仮想事例について，**図22**を示しながら紹介する。仮想事例であるが，現地調査で得られたエッセンスをまとめている。

まとめ方としては，企業が直面する課題 3 点を横軸に分類している。1 点目がサステナビリティなどの社会環境の変化，2 点目が既存市場の縮小などの顧客価値の変化，3 点目がモノからコトへの変化などのビジネスモデルの変化である。

ここでは，Case6について紹介する。各仮想事例の最後に「コミュニケーションの改善のための突破口」と題して，初期状態から，改善のための突破口を経て，改善後へと至る経緯をまとめたページを掲載しており，**図23**にCase6の例を示す。

上から下に，初期状態がどうで，改善のためにどのような取組を行い，その後どういう改善がされたかが時系列に記載されている。Case6では，自社の本質的な強みについて部門間で共通理解がなかったところを，知財・無形資産を基に，自社の強みが何かを明らかにした。そして，最終的には自社の知財の強みを活かしたビジネス展開を提案したり，各部門がお互いの知見を活かして，アイデアを出し合ったりして，将来戦略としてどのようなものがあるかという建設的な議論がなされた。

図24にCase6の全体像を示している。図23に示す①～⑥がそのまま，図24の①～⑥に対応している。図24の上方に要約として 5 点挙げているが，樹脂材料を塗料メーカーに提供する合成樹脂メーカー（F社）を仮想事例として取り上げており，そのF社が今後利益率を高めるためのビジネスモデルがあるかを検討した。その中で，開発部門，営業部門，知財部門の間で，自社の強みについて共通認識がないことが判明したので，知財部門を中心に自社の強みを分析し，材料の混合技術と塗料の

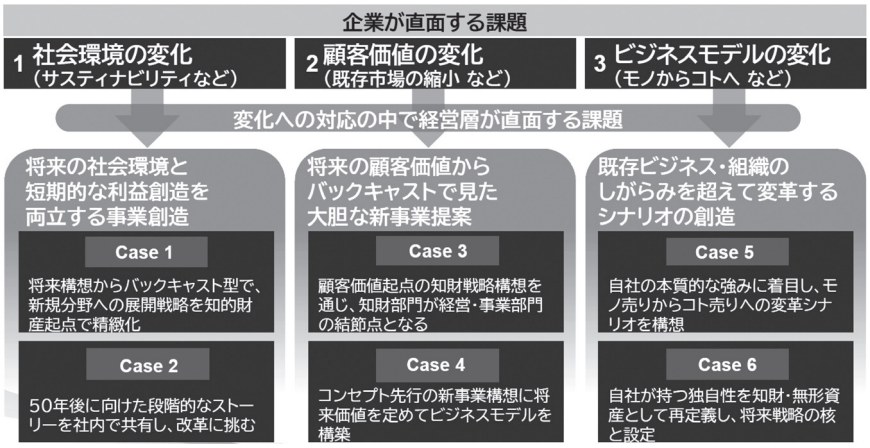


図22　企業が直面する課題

【Case 6（次スライド）の「コミュニケーションの改善のための突破口」の記載（一部略）】

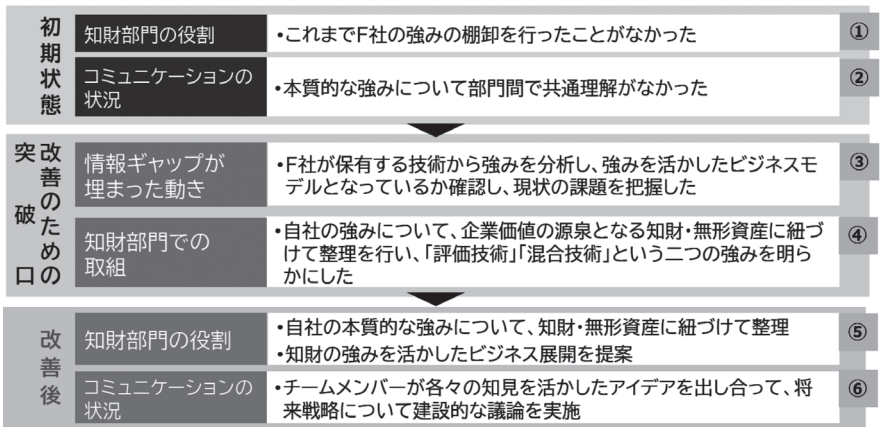


図23 Case6の改善のための突破口

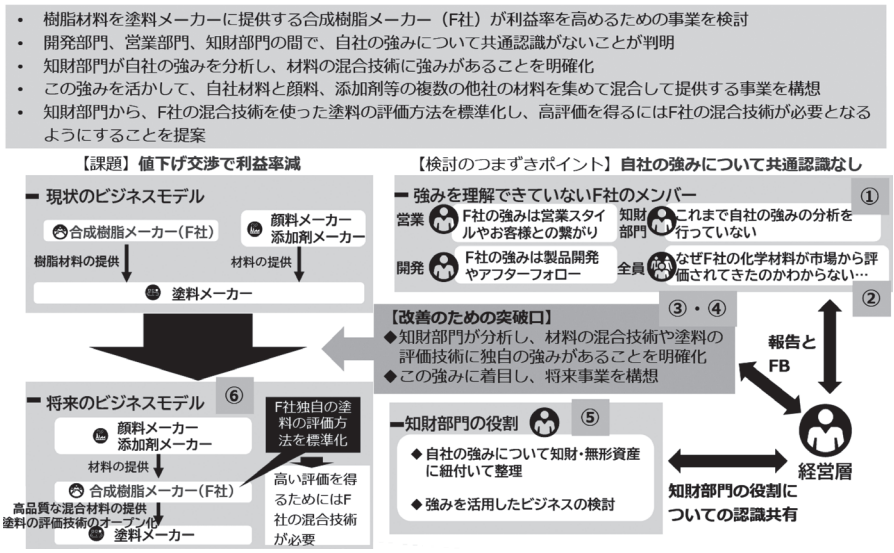


図24　Case6の全体像

図25　チェックリスト

評価技術に強みがあることを明確化した。

まず，強みとして明確化された材料の混合技術に着目すると，材料の提供元であったF社が，他のメーカーの材料を集めて混合して提供し，そこで売り上げを高めていくというビジネスモデルに転換するのが良いのではないかという結論に至った。もう一つの強みである塗料の評価技術については，この技術を標準化して，製品が高評価を得るにはF社の混合技術が必要となるようにするというビジネスモデルを提案した。このように知財をベースに自社の強みを明確化することにより，市場の主導権を握れるような一歩を踏み出すことができるようになった事例である。

3.4.3　コミュニケーション強化のチェックリスト

本事例集には，**図25**に示すようなチェックリストを用意している。

経営層と知財部門とのコミュニケーション強化のためのチェックリストである。知財経営を実践するに際して，どのような課題かあり得るのかをこちらのチェックリストを用いることで簡単に診断できる。本チェックリストには経営層向けと知財部門向けの 2 つのチェックシートがある。具体的には，経営層向けのチェックシートでは，知財部門の「役割」をめぐる意識のチェックや経営層と知財部門の「つながり」の現状診断が，知財部門向けチェックシートでは，知財部門の経営戦略や自社の強みへの理解度チェックや知財部門と新事業や他部門とのつながり（現場への深い理解）が診断できるようになっている。

3.4.4　経営層・知財部門に求められる具体的な活動

経営層・知財部門に求められる具体的な活動を紹介する。

経営層に求められる活動としては，知財部門と情報共有し，将来の経営や事業について対話する機会を設けることなどがある。知財部門に求められる活動としては，将来の経営や事業の課題を把握し，知財で貢献することを目指すことなどがある。そして，経営層・知財部門双方に求められる活動としては，対話の際に，議論の対象や時間軸を可視化して，相互の認識を合わせることなどが挙げられる。

3.5　まとめ

これらの事例集をどのように活用したら良いかをお示しする。

まずは 1 冊目の事例集で知財戦略を網羅的に把握いただきたい。そこで具体的に知財戦略のプロセスを知りたいとなった場合には 2 冊目の事例集を参照いただき，実際に知財経営をやっていこうとしている中で悩み，壁に当たった場合には，索引的に課題が並んでいる 3 冊目の事例集を参照いただきたい。経営層と知財部門がどのようにコミュニケーションをとっていけば良いかについては，4 ～ 5 冊目の事例集を参照いただきたい。

5 冊の事例集はいずれもエッセンスをまとめたものである。各企業においてはそれぞれ異なる課題を抱え，知財経営は試行錯誤の連続だと思うが，その際にこれらの事例集が少しでも役に立てば幸いである。各事例集は，特許庁ウェブサイトで公開しているので，是非ご一読いただきたい。

3.6　令和５年度実施中の調査事業の紹介

最後に，令和 5 年度実施中の調査事業の概要について，**図26**をもとに紹介する。

令和 5 年度も現地調査を行っている。知財戦略の開示についてもスコープを拡げており，ステークホルダーとクライアントに対して，知財戦略をどのように開示していくかについても，調査の範疇としている。ここで取りまとめた内容は令和 6 年春に事例集として公表する予定である。

4　意見交換会

Q1:

機微技術分野の発明を対象とする特許出願の非公開制度について，より詳細に説明いただきたい。

A1:

特定技術分野について補足する。特定技術分野はいずれも機微な技術として，25分野あり，2 つの大きなカテゴリーがあり，1 つは，我が国の安全保障のあり方に多大な影響を与え得る先端技術，2 つ目は，我が国の国民生活や経済活動に甚大な被害を生じさせる手段となり得る技術で，ウラン・プルトニウムの同位体分離技術や核爆発起爆装置に関する技術など 6 分野があげられている。

問題になってくるのは先端技術の方の19分野に，デュアルユースが想定される10ものが入っている点である。先端技術のうち，航空機等の偽装・隠避技術，武器等に関係する無人航空機・自律制御等の技術，誘導武器等に関する技術については，武器に関するシングルユースなので，機微技術として問題ないが，10番から19番，スクラムジェットエンジン等に関する技術，固体燃料ロケットエンジンに関する技術，量子ドット・超格子構造を有する半導体受光装置等に関する技術などは，民生用途と軍事用途とのデュアルユースが想定される分野/であり。民生用途まで保全指定した場合に産業の発達に及ぼす影響が大きいと認められるため，付加要件を課している。この付加要件とは，発明が，以下の①～③のいずれかに該当する否かで判断する。

①　我が国の防衛又は外国の軍事の用に供するための発明
②　国又は国立研究開発法人による特許出願にかかる発明
③　日本版バイドール制度又は科学技術・イノベーション

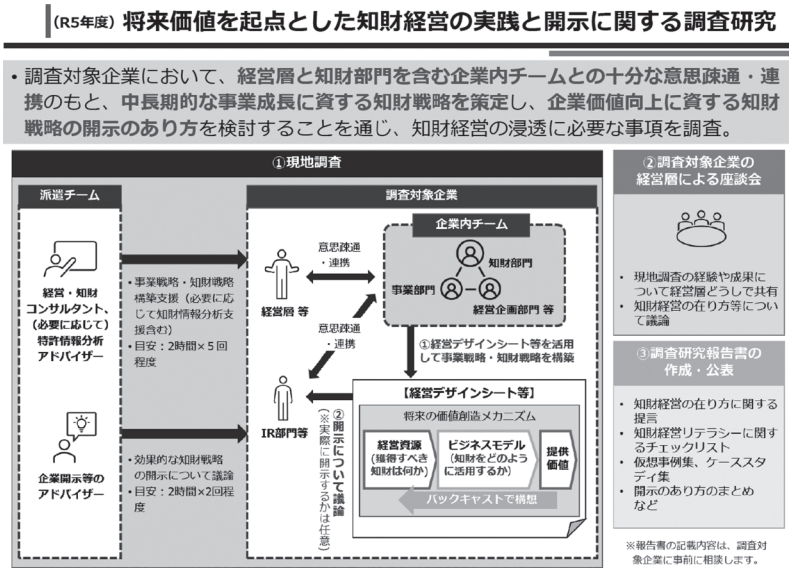


図26　将来価値を起点とした知財経営の実践と開示に関する調査研究

創出の活性化に関する法律のいずれかの適用を受けた特許出願にかかる発明

このような条件は言葉で書かれていて非常にあいまいではないかと危惧される向きもあるかもしれないが，実際にはこれらは全てIPCで規定されている。例えば先端技術の一番上にある航空機等の偽装・隠蔽技術は，B64及びF41H 3/00が付与される技術の分野に該当する。この資料自体は内閣府のHPで公開されているので，そちらで閲覧可能である。

Q2-1:

付加製造（Additive Manufacturing（以下AM））技術について，どのように文献調査を行えばよいか？　どのFIが付与されるのか？

今後AM技術に関する審査において，先行技術としてどのような文献が引用されるのか？　アークやレーザーを用いた肉盛り溶接や多層溶接の文献が引用されるのか？

A2-1:

特許庁ではAMについて，どのような材料を用いているかで分類し，3つの審査室で担当している。材料が樹脂のものについては審査第三部樹脂加工で，材料が粉体の金属のものについては審査第三部素材加工で，材料が粉体以外の金属のものについては審査第二部加工機械で，それぞれ担当している。

このうち，粉体以外の金属のものについては，具体的にはワイヤがあげられ，ワイヤを溶かして，ビードを形成していくという観点で，溶接技術の肉盛りと技術的に類似している。

金属の付加製造技術に関するFIとしては，金属粉体では，B22F（金属質粉からの物品の製造）の下位として，3/105（電流，レーザーまたはプラズマを利用することによるもの），B22F3/115（融解金属の吹きつけによるもの），B22F3/16（連続または反復する工程を含むもの），B22F10/00～12/90（金属質粉からの造形物または造形物品の付加製造およびそのための装置）が付与される。

粉体以外の金属では，B23K（溶接）の下位として，熱源がアークであればB23K9/04@G（接合以外の目的で用いられる溶接），熱源がレーザーであればB23K26/34（接合以外を目的としたレーザー溶接）がある。このB23K26/34については暫定的な運用で26/21@Z（レーザー溶接であってその他のもの）も付与することにより，AM以外の技術と区別できるようにしている。

次に先行技術の検索については，AM用の分類であるB22F10/00～12/90についてはそのまま用い，それ以外のFIについては，「積層造形」や「三次元プリンタ」等のAM関連の語句を掛けて用いることで，AM関連の文献集合を構築している。

関連情報として，令和元年度の特許出願技術動向調査「3Dプリンタ」が参考となる。

次にAMではどのようなものが引用文献になるかについては，公開済の文献について，上記FIのうち，AM用の分類であるB22F10/00～12/90だけでも3462件が存在している。またAMである可能性の高いB23K26/21@ZとB23K26/34とを掛け合わせたものも547件が存在している。そして実際には，B23K9/04@G等にもAM関連の文献が含まれている（件数は2023年11月6日時点）。

このように金属に関するAM関連技術だけでも蓄積文献数はかなりの量であり，実際の審査の際の印象でも，AMそのものの文献が主の引用文献になるのが一般的である。

ただしクレームの記載ぶりや引用文献の開示内容次第では，AM以外の技術，例えば肉盛りの技術文献を引用文献にして，AMに転用するのは容易といったパターンもあり得る。

また，発明の内容に応じて，溶接，合金組成，IT技術，AI技術等に関する文献が引用され得る。

Q2-2:

（Q2-1の質問に関連し）引用文献について，基本的にはAMになるとのことだったが，特にアークを用いた3D造形方法は，アーク溶接における多層盛りの積層方法と技術的によく似ているし，また，目的は3D造形だが，手段はアーク溶接を用いた肉盛りというものもある。このような場合でも，AMが記載されていなければ引用しないのか？

A2-2:

引用文献にはなり得る。ただし，組み合わせの可否の検討の際には，肉盛り，多層盛りといった技術が開示された文献に，例えば積層造形のような造形に関する示唆があるのか等，技術的な親和性の観点は考慮される。

Q3-1:

知財の活用事例では，非常に多くの企業での活動を紹介されていたが，このような優れた取組は多くの場合は社内情報で外には出ないと思うが，特許庁では，どのようにしてこのような情報を得て，対象企業を選定されたのか？

A3-1:

各種事例集を作成するに際しては有識者委員会形式で調査を行っており，委員である大学の先生方や専門家の方々から推薦いただくほか，企業と意見交換する中で先進的な取組を行っている企業の情報も収集している。それらの情報をもとに企業を選定した。

Q3-2:

知財経営に関して，数年前に内閣府から経営デザインシートが公表されていると思うが，昔からあるものも含め

てツールがいろいろと存在していて，わかりづらくなっている。また，情報開示についても調べているとの話だが，年ごとに知財として求められていることが変わっていく状況で，どのようなツールを用いて，何を組み合わせて使用すると良いのか示唆があればご教示いただきたい。

A3-2:

内閣府の経営デザインシートは，IPランドスケープの考え方に沿うものであり，経営デザインシートの空欄を埋めることで，自ずとIPランドスケープの 1 ステップ目が満たせるため，現地調査でもこれを用いてブレストを行っている。

また，知財戦略の開示の在り方についても調査中であり，事例集にまとめることを目指している。

Q4-1:

情報提供制度を通じた共創について，我々も良く情報提供を行うので，是非共創できればと思う，その情報提供についての質問だが，紙で提出するのと，電子で提出するのとに審査官の受け止め方に差異はあるか？　紙の方が良いか？

A4-1:

今情報提供は年間5000件程度あり，電子と紙の割合はほぼ半々である。特許庁内でも昔は紙一辺倒であったが，今電子化されてデジタルでの審査が進んでいて，電子と紙で審査官の受け止め方に差異はないと考えている。

Q4-2:

情報提供するのは拒絶理由通知を出していただくのが一つの目的で，その後の出願人の応答に合わせて，さらに情報提供を行いたい場合もあるが，特許庁側では情報提供があった案件について，特許査定等を出すタイミングを遅らせたりするのか？　少し追加の情報提供を待ったりするのかをご教示いただきたい。

A4-2:

情報提供を行うのに時間がかかるのもわかる一方で，特許庁としては迅速な審査を掲げている面があり，権利化までの目標期間がかなりタイトになっている。したがって情報提供の有無によって，原則的には査定のタイミングを変えることはしていない。情報提供があった場合，原則全て確認するとは申し上げたが，タイミングによっては参酌できない場合もあるので，情報提供の意思があるようなら，できるだけ早いタイミングでご提供いただきたい。

Q5:

異議申立制度で審判官との面接について，代理人から1回はお約束いただけるが，2 回目はなかなか難しいという話を聞いているが，実際のところどうなのか，逆にどういう事例であれば 2 回目の面接を受けていただけるのかをご教示いただきたい。

A5:

審判部から回答する。まず面接については審判部としてはウェルカムである。2 回目を拒む理由も個人的にはないが，一方で 3 名の合議体なので，かなり時間を取ってしまう面もあるので，できれば 1 回で済ませられる方が良いと思う。それでも理由があって実際に会って話をした方が良いと思われるのであれば，そのように言っていただければこちらで要否を判断する。先程共創という話があったが，審判でも同様で，如何によい特許につなげていくかというところを考えている。面接と言う話であったが，補正案を見てほしいというのは本当にウェルカムである。今はメールで送ってもらうことも多い。すぐに合議体を開いて判断できる。こちらの活用も検討いただきたい。

Q6:

特許非公開制度について 3 つ質問したい。

(1) 特許の非公開制度について，日本版バイドールに該当するために非公開対象となる特許出願は，願書にその旨が記載されているものか？

(2) 損失の補償について，現時点でわかっている範囲でよいので，どういうところが補償の対象となるのか？

(3) 第一次審査の期間が 3 か月と言うことであったが，出願から例えば 2 か月ほど経ってから国プロの対象になった場合でも，非公開対象になるのか？　最近では特許請求の範囲が明確になっていない出願もあるが，そのような場合には明細書の記載内容に基づいて，非公開の判断をするのか？

A6:

(1) 日本版バイドールの判断であるが，現時点ではまだ施行前でいまいろいろと準備を進めているところである。QA集なども整備中のため，準備が整ったあと，必要に応じて，改めて然るべき部署にお問い合わせいただきたい。

(2) 損失の補償についても同様の状況である。こちらはパブコメ等でもいろいろなご意見をいただいているので，それらを反映させたQA集を用意している最中であるため，この場では詳細をご説明できない。

(3) 付加要件については特許庁の方で判断する内容ではあるが，具体的にどのように判断するのかについては，こちらも現時点ではまだ明確にお答えできる状況ではない。ただし，クレームが明確でない場合でも，分類自体は，明細書全体を見て付与している。その結果特定技術分野になれば，内閣府に書類送付されることになる。

Q7-1:

2 つ質問がある

(1) 特許の非公開制度で外国出願禁止の適用があったかと

思うが，外国出願禁止が適用された場合には，特定の条件を満たせば外国出願可能と理解している。その場合，内閣府の資料によれば，特定の条件下でなされた発明について，発明の秘密について自国の法律を適用してはならないとする国際約束が締結されている場合に限り，外国出願が認められるという記載があるが，ここでいう国際約束は，特許協力条約とは異なっていて，出願したい国等との間で締結されている取り決めに沿った国であれば，外国出願が認められるという理解で正しいか?

(2) また，外国出願が認められた場合には，優先権主張スケジュールに合わせて優先権期限内に外国出願を行わなければならないという理解で正しいか?

A7-1:

(1) 政令第14条に定める外国出願はそのような取り扱いになっている。例えば，特定の外国政府との間で非公開の特許出願を相互に受け入れ合うことや，特定の条件下でなされた発明について，発明の秘密に関する自国の法律を適用してはならないこととする国際約束が締結されている場合における約束に従った国への外国出願などが考えられる。いわゆる日米防衛特許協定に係るもの，国際宇宙基地協力協定に係るものなどがある。

(2) 優先権に関しては，ご理解の通り。

Q7-2:

情報提供に関して，視認性が良いものが好ましいというお話があったが，例えばこちらの意図をよりご理解いただくために，情報提供の書面に表や図などを掲載してわかりやすく提示しても良いか?

A7-2:

はい。そのような趣旨で申し上げている。内容が理解できないような情報提供をいただいても，しっかりと審査に活かせない可能性もあるので，電子にしろ，書面にしろ，わかりやすい，視認性の良いものを提供いただきたいという一般論を申し上げた。別途審査官が情報を受けるうえで，文章以外にも，図とか表とかを提供いただけるとありがたいと思う。

Q8-1:

異議申立てについて質問したい。最近拒絶査定不服審判についてかなり成功率が上っているように思えるが，その審決理由で，審査官の判断と，審判官の判断が変わった理由について，あまり書かれていない印象を持っている。第三者の立場としては，異議申立てを行う際に，どういうプロセスで判断が変わったのかを知った上で異議申立を行いたいので，審決をもう少ししっかり記載いただくことを以前のこの懇談会でご検討をお願いしたのだが，その後特許庁の中で検討がなされたことはあったか?

A8-1:

成功率についてはおっしゃる通りで，査定不服審判が年間 2 万件強あり，そのうち 9 割が補正をした上で審判請求をかけている。そのうちの 6 割が前置で特許になる。したがって審判部に上がってきて合議体で審理するのは全体の半分弱となる。その半分弱のうちの 8 割が最終的には特許になっている。その多くは，拒絶理由通知後となっている。したがって合議体が審理しているものは，審査官が判断した対象とはクレームが変わっているので，当然判断も変わってくると思っている。

また客観的に第三者から見える書類として，拒絶理由通知と，それに対する補正書・意見書等があり，そのような書類からどこで特許になったのかを読み取っていただけると考えている。

Q8-2:

不服審判で補正があったにも関わらず審査官が前置解除されているのは何か意思があってのことだと考えているが，その後審判部に行くと，割とそのまま登録になると思っており，そこで何をどう考えてそういう審査官と違う判断になったのかを知りたいと思っている。それによって，異議申立ての際にも審判部の方が審理されるので，同じように判断されないように，異議申立ての内容を工夫しないといけないと考えている。そのために審判部の方から，審査部が前置解除した理由とはこういうところが違うので特許したというあたりを書いてもらえるとありがたい。

A8-2:

そういう意見もあるかもしれない。事実として，非定型の特許審決というのは数としては大分減ってきている。

ご意見は，特許庁内部に伝える。審査官の判断と違う判断になることは正直言ってある。審判部では経験豊富なベテランが 3 人で議論を進めるが，3 人の意見が一致する場合もあれば，2 対 1 になることもある。審判部の中でもそうなので，審査官の判断と合議体の判断がたとえ同じ対象であっても異なることは，それなりにある。

5 おわりに

特許委員会としては，次年度以降も特許庁とこのような興味深いテーマを盛り込んだ会合を継続して実施する計画であり，「懇談会」の名にふさわしく，溶接業界と行政実務とを繋ぐ「意見交換会」にしていきたいと考えている。

以上，昨年11月に実施された特許庁と（一社）日本溶接協会会員企業との懇談会概要を報告した。

読者の皆様からの本稿および懇談会全般に対するご意見ならびにご要望を重ねてお願いしたい。