

「知的財産推進計画 2011」の策定に向けた意見

～中小企業の知的財産経営促進が、日本復活のカギ～

平成 23 年 2 月 7 日
東京商工会議所

日本経済が自律的な回復を果たし持続的な成長を実現するためには、「新成長戦略」の具現化に官民一体でスピード感をもって取り組むとともに、これと連動した「知的財産推進計画」を強力に推進することが不可欠である。

わが国は、グローバル競争を勝ち抜くための戦略を総合的に推進する中で、世界有数のクオリティを誇る最先端を走る科学技術、「クール・ジャパン」と呼ばれるコンテンツ、伝統・文化などの知的財産の潜在力を最大限に発揮することが求められている。

また、わが国企業の太宗を占める中小企業のイノベーションを推進することで、技術革新が進み国際標準の獲得や人材の育成も相まって、地域経済の活力増進や雇用拡大が図られ、ひいてはわが国経済の持続的な成長の基礎となる科学技術創造立国実現に寄与するものとする。

そこで知的財産推進計画 2011 の策定にあたり、政府並びに知的財産戦略本部が強力なリーダーシップを発揮されることを期待するとともに、中堅・中小企業の知的財産経営促進の視点から、推進すべき政策事項、追加すべき政策事項等について具体策とともに意見を述べる。

特に、中小企業については、その潜在的開発力の鼓舞が日本経済の再起のための大きな梃子となるが、大企業に比べ出願資力に差があるので、諸外国でも行われている特許費用軽減措置と国際展開支援措置について無条件で早急に実現することを切望する。

記

「戦略 1. 国際標準の獲得を通じた競争力強化」について

わが国が有する優れたものづくりや先端技術、コンテンツなどの強みを事業活動に展開するには、技術開発と知的財産戦略に加え、国際標準化への対応による市場拡大を官民一体となって推進する必要があるため、次のような政策が必要と考える。

【特許制度の国際標準の獲得】

- (1) 出願様式の共通化や特許ワークシェアリング（P PH）を推進するとともに、特許の対象や審査基準の共通化など、実質的に低コストかつグローバルな権利取得支援のため、日本が中心となって国際特許システムを構築すること。

【支援施策の創出・拡充】

- (2) 中小企業の知財集約製品等の国際展開や輸出を促進するため、各国の標準規格（例えば、EUにおけるCEマークなど）の取得費用や安全規制に係る費用に対する補助制度を創設すること。
- (3) 中堅・中小企業が、企画開発段階において適切に対応できるよう、標準化に係る最新動向等の情報提供を強化すること。
- (4) 海外の規制・規格情報に関わる最新動向等の情報提供を強化すること。

- (5) 国際規格に関する活動については、民間企業の負担が大きいため、国際会議参加に係る助成制度の拡充や助成対象範囲を拡大すること。

【人材育成支援】

- (6) 国際標準化戦略を含む知的財産マネジメントの普及啓発活動を及び国際標準化人材の育成について、大幅に拡充すること。

「戦略2. コンテンツ強化を核とした成長戦略の推進」について

わが国コンテンツ産業の競争力を強化し国際展開を推進するとともに、他産業とも連携し波及効果を高める必要がある。また、コンテンツ産業の集積度が高い東京を中心に、地場産業・地域ブランドを確立、活用推進することが重要であるため、次のような政策が必要と考える。

【支援施策の創出・拡充】

- (1) 国際見本市への共同出展など官民一体となったコンテンツの国際展開や輸出支援の強化、および各国のコンテンツに関わる情報提供を強化すること。
- (2) 著作権や意匠権については、相談体制の充実やセミナーの開催など普及啓発活動を強化すること。

【模倣品・海賊版対策】

- (3) 模倣品・海賊版対策拡散防止条約（ACTA）の加盟国を拡大（特にアジア諸国）するとともに、海外諸国の参入障壁の撤廃を推進すること。また、インターネット上の著作権侵害対策の強化を行うこと。
- (4) 劇場内で無断撮影された映像や著作権侵害映像等の違法流通の取締りを強化すること。
- (5) 技術的制限手段に係る不正競争防止法の見直しについては、製品開発や研究開発の委縮を招くことなく、アクセスコントロールの違法回避行為に対する抑止力の向上に資する法改正を早期に実現すること。

【人材育成支援】

- (6) 世界市場のニーズに対応できる国際的なプロデューサーの育成を支援すること。
- (7) コンテンツ産業を支える人材の育成支援を強化すること。

【ブランド力強化】

- (8) 魅力あるコンテンツの発信や観光との相乗効果が期待できるフィルムコミッションの推進について、積極的な支援・協力を行うこと。
- (9) 地域における工芸品や特産品、技術力の高い製品やコンテンツなどを、新結合による付加価値の高い商品・サービス創出を強化すること。
- (10) 日本の製品やサービスのブランド力を向上させ、情報発信や販路開拓等を、官民一体となって内外に強力で推進すること。

(例：「葛飾ブランド（葛飾町工場物語）」、「すみだブランド（すみだモダン）」、「大田ブランド（ものづくりネットワーク）等」の取り組み支援)

「戦略3. 知的財産の産業横断的な強化策」について

中小企業のイノベーションの推進には、知財の創造・保護・活用等において自助努力だけでは対応しきれない問題もあるため、国内対応のみならず、海外展開も視野に入れた支援施策の拡充や普及啓発等を推進する必要がある。

【特許制度の国際標準の獲得】

- (1) 出願様式の共通化や特許ワークシェアリング（PPH）を推進するとともに、特許の対象や審査基準の共通化など、実質的に低コストかつグローバルな権利取得支援のため、日本が中心となって国際特許システムを構築すること。（再掲）

【支援施策の拡充】

- (2) 現在検討されている出願支援策「特許パック料金制度」については、米国のスモールエンティティ制度のように、中小企業の料金一律半減、弁理士費用の軽減をセットにした制度を早期に実現すること。その際の申請書類は簡素化するなど使い易い制度とすること。
- (3) 営業秘密侵害に係る刑事訴訟手続きについては、裁判において営業秘密が公にならないよう秘匿措置や期日外尋問を盛り込んだ法改正を早期に実現すること。

【支援施策の創出】

- (4) 中小企業の優れた知的財産を、資産価値として数値化・指標化する仕組みを構築し、融資等に活用できるシステムを提供すること。
- (5) 中小企業の明細書及びその効力が不十分となることが散見されるため、親身になって相談でき、実行力のある権利取得を可能にする弁理士等の外部専門家を手軽に活用する制度を構築し、あわせてそのリストを作成・公表すること。
- (6) 弁理士等の外部専門家が、知的財産を活用した中小企業の事業拡大に積極的に取り組むようインセンティブを創設すること。
- (7) 試作品開発、需要調査、ビジネスプラン作成等の支援制度について、中堅・中小企業が創造した知的財産をベースとしている場合は支援措置に知財関連費用相応分を上乗せすること。（知財上乗せ制度の創設）

【制度等の運用改善】

- (8) 特許や商標における審査着手の見通し時期については、目安ではなく、具体的な時期を出願人に明示するとともに、特許庁はその期日を遵守すること。
- (9) 国内での裁判において、判決が出るまでの期間「侵害し得」とならないよう、侵害を受けた権利者に対する配慮を行うこと。また裁判に至らない場合においても、判定制度（特許法第71条）等を活用し、中小企業の知的財産を侵害する等が認められた場合は、侵害社名を公表するなどの対応を行うこと。
- (10) 特許電子図書館と文献・権利・技術情報等を相互に連携・一元化することにより、中小企業が技術情報をシームレスに活用できるような総合的なデータベースを構築すること。

【普及啓発】

- (11) ノウハウ・アイデア等の営業秘密の管理が重要であるため、営業秘密管理指針（改訂版）や知財権に関連するガイドライン等について、実態にあわせて継続的に見直しを行うとともに、普及啓発を強化すること。

【国際展開支援】

- (12) 日本の知財集約製品等の国際展開と輸出強化支援をおこなうとともに、各国の標準規格（例えば、EUにおけるCEマークなど）の取得費用や安全規制に係る費用に対する補助制度を創設すること。（再掲）
- (13) 海外に進出する中小企業向けに、進出国における安価な「商談・契約交渉・侵害対応代行サービス」を創設すること。
- (14) 知財保護が緊要な新興国において、中小企業の外国特許に係る特許料、翻訳料、弁理士料も含めた全ての費用が半額となるような助成制度の拡充を図るとともに、その際の申請書類は簡素化するなど使い易い制度とすること。
- (15) 海外における知的財産権訴訟費用に係る政府保証付き保険制度を創設すること。
- (16) 侵害発生国・地域への監視および中小企業からの相談体制の拡充や、外国侵害調査費用等への助成制度の拡充を図ること。
- (17) 中小企業の優良知財ネット見本市を開設するとともに、海外との取引がスムーズに行えるよう「海外商談コンシェルジュサービス」を創設し、海外との商談・契約等交渉の窓口はこのコンシェルジュが全て代行できる制度を創設すること。

【ブランド力強化】

- (18) 地域における工芸品や地域の特産品、技術力の高い製品やコンテンツなどを、新結合による付加価値の高い商品・サービス創出を強化すること。（再掲）
- (19) 日本の製品やサービスのブランド力を向上させ、情報発信や販路開拓等を、官民一体となって内外に強力に推進すること。（再掲）
（例：「葛飾ブランド（葛飾町工場物語）」、「すみだブランド（すみだモダン）」、「大田ブランド（ものづくりネットワーク）等」の取り組み支援）
- (20) 中小企業を対象にしたデザイン賞を創設すること。
- (21) 1社1品、自社デザイン、自社ブランドなどの自社知財所有運動を推進すること。

【産学連携】

- (22) 中小企業の知財活用には、産学官連携の推進や地域クラスターへの参画が有効であることから、中小企業が参加しやすい環境整備や情報提供を積極的に支援すること。

【その他】

- (23) 中小企業向けに当面、電子出願及び書面出願の両方の提出方法を継続すること。

以上