

「知的財産推進計画 2012」の策定に向けた意見
～日本経済再生のカナメは中小企業のイノベーション～

平成24年2月6日
東京商工会議所

わが国が国際社会において再び確固たる地位を築くためには、世界一の「科学技術創造立国」を目指すという明確なビジョンを打ち出すことが重要であると考えます。そのうえで、日本経済の再生と持続的な成長を実現するために、わが国企業の太宗を占める中小企業の活力強化を成長戦略の柱として位置付けるべきです。

超円高が長期化する厳しい環境の中で、中小企業においても国際展開の動きが加速するなど、経営資源として知的財産の積極的な活用が迫られています。

「知的財産推進計画 2012」の策定にあたり、東京商工会議所は、まずは次の諸点が重要であると考えます。

- (1) グローバル・ネットワーク時代において、国際標準化への戦略的な取り組みは必須であり、企業の国際競争力を強化するため、政府は強力なリーダーシップを発揮すべきです。
- (2) 絶え間ないイノベーションの実現こそが、企業の競争力の源泉となります。イノベーションの促進には、技術のみならず、デザインなどの知的財産を複合的に活用する視点が重要である。
- (3) わが国企業の有する技術等の流出懸念が高まっており、強力な防止策が必要である。同時に、他国における知的財産に関する諸問題の解決には、民間の力のみでは限界がある。特に中小企業の知的財産保護については、政府機関の積極的な関与が期待される。
- (4) 海外で高い評価を得ている『クール・ジャパン』と呼ばれるコンテンツなどの知的財産の潜在力を最大限に発揮させるためには、デジタル化、ネットワーク化など官民一体となった戦略的な推進が必要である。

以上を含め、中小企業の知的財産活用推進の観点から、追加・見直すべき政策事項について、具体策とともに意見を述べます。

記

I. 「知的財産推進計画 2012」において特に注力すべき事項

(1) 模倣品・海賊版および技術流出防止対策の抜本的強化

中小企業においても製造業を中心に国際展開が加速している。こうした中、わが国企業の有する技術等の流出への懸念が高まっているが、企業が他国において知的財産に関する諸問題を解決するには限界がある。政府においては、中小企業をはじめとする企業の技術等の流出防止のため、強力な対策を講ずるべきである。

具体的には、技術等の流出に関する共通的な課題への対応・是正のほか、進出国によっては民間の交渉であっても政府機関がオブザーバー等として参加することで、技術等

の流出防止に大きな効果が期待できることから、こうした新たな仕組みを構築することを強く望む。また、模倣品・海賊版対策については、拡散防止条約（ACTA）の加盟促進等を進めると同時に、明白な権利侵害に対しては警告を出す等の対応をすべきである。

（２）デザイン活用による競争力強化

最先端の技術や機能・性能の高さのみでなく、デザイン性を有することで製品の付加価値やブランド力を高めることが求められている。

中小企業においても、意匠権の一層の活用やデザイナー等の外部人材の有効活用が急務であり、競争力の強化、他社との差別化を図るため、新たに支援策を講じるべきである。

Ⅱ．「知的財産推進計画 2011」より追加・見直すべき事項

「戦略 1．国際標準化のステージアップ戦略」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最大限に発揮するため、平成 23 年 7 月に策定された「国際標準化アクションプラン（改訂版）」に基づき官民一体となって取り組み、市場拡大を目指すべきである。また、中小企業については国際標準化に関する普及啓発の強化が求められていることから、次のような施策が必要と考える。

【支援施策の創設・拡充】

- （１）中小企業の国際展開や輸出促進を図るため、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。
- （２）中小企業が、製品等の企画開発段階において適切に対応できるよう、標準化に関する最新動向等の情報提供を強化すること。
- （３）海外の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。
- （４）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補助制度の拡充や補助対象範囲を拡大すること。
- （５）国際標準化戦略を含む知的財産マネジメントを行える人材を育成するための事業を大幅に拡充すること。

【普及啓発】

- （６）国際標準および認証の事例を活用した普及啓発活動を強化すること。

「戦略 2．知財イノベーション競争戦略」について

グローバル・ネットワーク時代において従来以上のスピードでイノベーションの実現が

求められていることから、ビジネスの視点を通じた知的財産戦略の策定・実行に対する支援やインセンティブの創設等によって、早期に中小企業の取り組みを促進すべきである。また、近年、国際的な知的財産システムの競争が激化しており、わが国においても、制度の競争力強化が不可欠であることから、次のような施策が必要と考える。

【知的財産戦略の策定・実行の促進】

- (1) 中小企業における知的財産戦略の雛型等を提示すること。その際、「特許権等の取得により社外に公開すべきか否かの基準が明確となること」、「特許権等の申請にともなうリスクについて十分留意されていること」、「知的財産の単なる権利化（保護）にとどまらず、調達や活用までを含めていること」、「技術、デザイン、ブランド、ノウハウ等の知的財産それぞれを単独ではなく複合的に扱うこと」等の視点が重要と考える。
- (2) 中小企業経営者に対して、知的財産戦略策定の重要性について理解促進を図るため、知的財産戦略の策定・実行を促進させるようなインセンティブの創設および事例の紹介を強化すること。
- (3) 「知財総合支援窓口」で知的財産戦略の策定・実行をワンストップで支援できるように体制を強化すること。
- (4) 大手企業のOB等を中小企業の知的財産戦略策定・実行支援に活用するための仕組みを構築すること。なお、実際の活用にあたっては必要に応じて研修を実施すること。
- (5) 弁理士等の外部専門家が、中小企業の知的財産戦略の策定・実行支援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。

【デザイン力強化】

- (6) デザイン力を強化するため、外部デザイナーの活用に係る補助制度や企業とデザイナーのマッチングおよび芸術系大学との産学連携等の施策を創設すること。

【知的財産システムのグローバル化・競争力強化】

- (7) 出願様式の共通化や特許ワークシェアリング（PPH）を推進すること。また、特許ワークシェアリング（PPH）の推進による効果を検証すること。
- (8) 特許の対象や審査基準の共通化など、低コストかつグローバルな権利取得支援のため、わが国が中心となって国際特許システムを構築すること。
- (9) 新興国での安定した知的財産権の保護・活用を実現するためにも、新興国の特許システム構築を支援すること。なお、審査システムをサービスとして新興国に提供することも視野に入れること。
- (10) 国際調査、国際予備審査等を含めた審査待ち期間の一層の短縮を図ること。

【支援施策の創設・拡充】

- (11) 米国のスモールエンティティ制度（料金50%低減）、マイクロエンティティ制度（料金75%低減）のように中小企業の料金を大幅に減免すること。
- (12) 中小企業の技術等の流出に関するトラブルについては、政府機関が積極的に関与し、解決のための支援策を講じること。
- (13) 「知財総合支援窓口」で取り組みを開始した「弁理士の標準価格の提示」の早期実現、および弁理士費用の補助制度を創設すること。
- (14) 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。
- (15) 試作品開発、需要調査、ビジネスプラン作成等の補助制度について、申請内容が知的財産をベースとしたものである場合は、知的財産関連費用相当分を上乗せすること。
（知的財産上乗せ制度の創設）
- (16) S B I Rにおいて、申請書類の簡略化、および概算払いの対応をすること。また、多段階選抜方式の拡充にあたっては第一段階の事前調査以降、次段階へのステップアップが円滑に行われるようアドバイスを実施すること。
- (17) 任期が終了する「任期付審査官」が企業・教育機関・支援機関等の様々な場面で活躍できるための支援策を講じること。

【制度等の運用改善】

- (18) 特許や商標等の審査着手については、「見通し時期」ではなく、具体的な期日を出願人に明示するとともに、期日の遵守を徹底すること。
- (19) 特許電子図書館と文献・権利・技術情報等とを相互に連携・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。
- (20) 中国・韓国の特許文献が増大しているため、容易な文献検索を早期に実現すること。

【普及啓発】

- (21) 知的財産権の有用性、特許権等の申請によるリスクやノウハウ、アイデア等の営業秘密の管理の重要性についての普及啓発を強化すること。あわせて営業秘密管理指針（改訂版）、技術流出防止に関連するガイドラインや技術契約等の締結における留意点等について、実態に即して継続的に見直しを行うこと。
- (22) 「知財総合支援窓口」について、PRを強化するとともに、複数年度にわたる予算措置等により継続的な運営ができるようにすること。

【人材育成支援】

- (23) 中小企業の「知財人財」像を具体的に提示すること。例えば、社内の知的財産をはじめとする状況を把握している、外部専門家に適切に相談できる等の観点が必要と考える。
- (24) 知的財産管理技能検定等の検定試験を中小企業の「知財人財」育成において活用させるようインセンティブを創設すること。
- (25) 中小企業診断士、大手企業のOB等、中小企業の知的財産戦略策定・実行支援に携わる人材向けの研修プログラムの体系化を図ること。

【国際展開支援】

- (26) 「海外知財プロデューサー」を増員すること。
- (27) 中小企業を対象に、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。
- (28) 中小企業を対象に、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補助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。
- (29) 海外における知的財産権訴訟費用に関する政府保証付き保険制度を創設すること。
- (30) 中小企業を対象とする相談体制を強化するほか、外国侵害調査費用等に関する補助制度の拡充および周知を図ること。
- (31) 中小企業の有する優良な知的財産のネット見本市を開設するとともに、「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・契約等の交渉窓口はこのコンシェルジュが全て代行できるような制度を創設すること。

【産学連携】

- (32) 中小企業の知的財産活用には、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行うこと。

【その他】

- (33) 中小企業については、当面、書面による出願申請を認めること。

「戦略3. 最先端デジタル・ネットワーク戦略」について

電子書籍等を始めとするデジタルコンテンツは、スマートフォン・タブレット端末等の普及により急拡大しており、インフラだけでなく、提供するコンテンツの規格等のソフト面の整備も急務である。また、わが国にとっては、海外からも評価が高く、潜在力を持つコンテンツ等の市場拡大の絶好の機会である。他方、デジタル化、ネットワーク化の進展

により、海賊版等の著作権侵害コンテンツの流通が拡大しており、その侵害対策を強化することが重要であることから、次のような施策が必要と考える。

【模倣品・海賊版対策】

- (1) 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。特に、中小企業の知的財産保護については、民間の交渉であっても、政府機関が積極的に関与すること。
- (2) 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。
- (3) 侵害発生国・地域への監視を強化し、明白な権利侵害に対しては警告書を出すなど、政府機関が積極的に関与すること。
- (4) 中小企業からの相談体制の強化や、外国侵害調査費用等に対する補助制度の拡充および周知を図ること。

【支援施策の創設・拡充】

- (5) 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。
- (6) 電子書籍の統一規格について中小企業への普及啓発およびデジタル化に伴う費用の補助制度の拡充をすること。

【普及啓発】

- (7) 中小企業のデジタル・ネットワーク活用事例を提供するとともに、セミナー等を通じての普及啓発を強化すること。

「戦略4. クール・ジャパン戦略」について

「クール・ジャパン戦略」のさらなる推進には官民一体となった戦略的な取り組みが欠かせない。そのためには海外への情報発信だけでなく、国内への情報発信、普及啓発を一層強化し、認知度を高めることが不可欠である。また、「クール・ジャパン」そのものの競争力強化もあわせて行っていくことが必要である。

【支援施策の創設・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策の拡充とともに、各国のコンテンツに関わる情報提供を強化すること。

【普及啓発】

- (2) 「クール・ジャパン戦略」による取り組みについて国内向けの情報発信を強化するこ

と。

【人材育成支援】

- (3) 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。
- (4) コンテンツ産業を支える人材についての育成支援策を強化すること。
- (5) 地域でコンテンツを有効活用できる人材についての育成支援策を強化すること。

【国際展開支援】

- (6) 海外の規制に関する情報の提供および規制緩和・撤廃に向けた取り組みを強化すること。

【ブランド力強化】

- (7) 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、積極的に支援を行うこと。
- (8) 工芸品や特産品、技術力の高い製品やコンテンツなどが連携できる支援策を強化すること。
- (9) わが国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。
(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）」、「板橋Fine Works」、「メイド・イン・品川」等の取り組み支援など)
- (10) ブランド強化に係る支援事業には、ブランドマネジメントが不可欠である。所管省庁の枠を超えた組織横断的な対応を可能とし、統一ブランド名の採用や長期計画に沿ったものとする。

以 上