

# 経営者の知財への高い意識が従業員に浸透、知財管理に全力で取り組む

## 事業内容

企業の情報戦略に関するコンサルティングおよび情報モデルの開発を中心に、各種メディアの企画・制作・運用、コンピューターシステム、ネットワークの企画・設計・構築・運用、ソフトウェア、映像、写真、音声、文章など各種著作物の制作、コミュニケーションサイトの企画・制作・運営など。また iPad 版アプリのプロデュース、仕様策定、画面設計、アートディレクションも手掛ける。人材育成にも熱心に取り組み、著作権等の知的財産権に関しても、社外講師を招いた勉強会を定期的で開催するなどし、社内の知識と意識の向上に努めている。



代表取締役社長 本多保隆さん

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA

## トラブルから契約書の重要性を痛感。以後、権利保護にも注力

株式会社アリスマジックは、設立当初から顧客のデジタル情報を映像やデザインなどに置き換えてわかりやすく伝えるのが得意な企業。その強みを生かし、WEBサイトを中心に企画から制作、運用、さらにコンサルティングをはじめ、幅広く活動している。現在は特に医療系に強い企業としてホームページ等を手掛けることが多く、国内外の顧客から高い評価を獲得している。

同社の制作物にも、著作権をはじめとしたさまざまな知的財産がかかわってくる。本多保隆代表取締役社長は「当社はソリューションから運用まで行います。そのため、デザイン、イラスト、写真、ネットワークまで多種多様なものを扱います。それらは社内にとどまらず、外部のスタッフや取材先のものもあることから、知財管理についてもしっかり取り組んでいかなければならないと考えています」と話す。

また、本多社長は以前勤務していた会社で契約書の内容があいまいだったために苦労した経験があるという。「納品後に“満足していないから、支払わない”といわれてしまいました。著作物を提出したのに対価が入らないのでは、ビジネスになりません。困りました」と本多社長。結局、料金の全額回収まで2年もかかり、それだけでたいへんな労力を要し、契約書の重要性を

痛感したという。同時に本多社長は、自分が知財管理についてきちんと勉強していなかったことに気付いた。この経験によって知財管理の重要性についても認識し、専門書などを通じて知識を深めていききっかけになった。

## 人材育成にも力を入れて 全社的に知財への認識を高める

現在、同社では総務部と経営企画室が契約書等を管理している。担当者とはときには弁護士と相談しながら、作業を進めている。しかし知財に関する知識が必要なものは、管理担当者ばかりではない。

「仕事のプロセスの中で、知財に関して顧客に説明が必要なことはいろいろあります。それが会社の評価や料金にも影響してきますから、ほかの部門にも教育は必要です」と本多社長。

たとえば契約書は、営業担当者は内容を正確に理解したうえで顧客にも納得してもらい、取り交わす。そのためには、知財に関する知識も必要。担当弁護士に同行してもらう方法もあるが「それは無理。“うちを信頼できないのか”と顧客を不快にさせる恐れもありますから、営業担当にしっかりしてもらわないといけません」と続ける。制作に関しても、他の著作権を侵害しないなど、各自が高い意識を持って作業を進める必要がある。

そこで同社では、人材育成の一環として外部講師を招いて“アリスマジック・知的財産権法勉強会”を定

期的に開催。事例を交えながら、特許法や実用新案権、商標法、意匠法、著作権法、肖像権をはじめ、知財について学ぶ場を設けている。

当初この勉強会の受講は、営業と制作を対象としていた。しかし他部門の社員もほぼ全員が自ら希望し、参加をするという。本多社長が目指す知財との付き合い方は、確実に社内へ浸透している。

## 事前にしっかりと確認し合い クリアにすることがポイント

本多社長は、サイトで特に大切な権利として著作権にかかわる改変権や外部スタッフの著作権、個人情報にかかわること、そして開発条件を挙げる。たとえば、開発条件は開発の環境やその範囲などが含まれます。特に、WEBの場合、リニューアルもあるので最初しっかりと取り決めをしないと、あとから“あれもこれもやってほしい”となることが多い。できるだけ期待に沿えるよう努力しても、コストや作業量の問題で許容範囲には限界がある。「“何かあったらその都度決める”では、トラブルが発生した際に、こちらが負けてしまいます。必要なことは最初に列記しておくことが重要です」と本多社長は強調する。同社では、契約の前に、その内容について顧客と詳細に確認し合っている。また、メインの契約書と開発仕様概要書をセットにしたり、見積書等に契約・開発・納品の条件等を盛り込むなどしている。

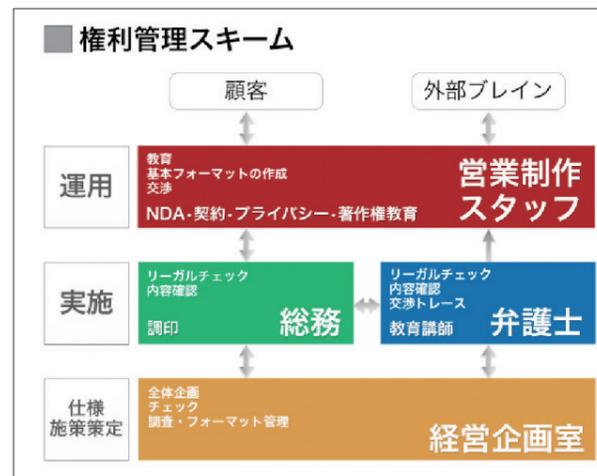
そんな同社は、意外にも知財権は取得していない。それはこれまで顧客との仕切りをしっかりと作ってB to

## 自社の原動力であり、存在価値をアピールする「知的資産経営」の重要性

本多社長は、知財は非常に大切だが、企業はそれだけでなく知的資産経営について考える必要があるという。「顧客への提案も、その発想自体が企業の資産です。提案そのものが取り引きに結び付かなくても、その提案により顧客との信頼

## COMPANY DATA

所在地：東京都中央区新川 1-17-18 白鹿茅場町ビル 3F  
 電話番号：03-5542-8801 URL：http://www.alicemagic.ne.jp/  
 設立：2000年12月28日 資本金：1,500万円(2011年8月現在)  
 売上高：4億500万円(2010年6月期)従業員数：28人(2011年8月現在)



アリスマジックの権利管理スキーム図。運用、実施、仕様施策策定の各段階で、自社、顧客、外部ブレインの権利管理を実施している

Bを中心にビジネス展開しているため、現段階では必要性を感じないからだという。ただ今後は、電子書籍の制作・発売など、一般消費者も対象にしたB to Cにも活動の幅を広げていく予定。その中で他社とコラボしたり、外部の知財のコーディネートやプロデュースも手掛けることになるので、それらの知財権の扱いも重要になってくる。さらに取材先の肖像権や著作権などもある。管理すべきものが山ほど出てくるが、媒体が変わっても今まで同様、必要なことは事前にしっかりと確認を取り合い、クリアにしていだけ、と本多社長。そして「ただ今までと違い、電子書籍の分野では商標権などの取得を考えるかもしれません」。ビジネスの広がりとともに、新たな知財展開も視野に入れている。

## 知的財産活用のポイント

関係を構築し、信用を高め、次の仕事につなげていけばいいのです。目に見えない価値をきちんと認識することが大切です」と話す。

これが会社の原動力であり存在価値を高める基本だと、数字には表れにくい知財の役割を重要視している。