

▶ [Information](#)

出願によらない知財保護・活用
新しい知財経営モデル(SIR)
～知財経営の要諦は、守秘知財にあり～

1. 問題の提起と基本認識(特許制度は機能しているか)
2. 知財の種類・特徴(開示知財と守秘知財)
3. 守秘知財を担保する法律(不正競争防止法と先使用权制度)
4. 新しい知財経営モデル(知財ブランドモデル: SIR)
5. まとめ(知財経営の要諦は、守秘知財にあり)

2013年

知財ブランド協会(SIR) 代表

学術博士 玉井 誠一郎

基本問題の提起

現状の特許制度及び知財マネジメントは、

企業収益に貢献しているか？ **NO!**

出願件数と利益の乖離、パテントトロール問題

産業空洞化を阻止できるか？ **NO!**

中小企業や地方産業の困窮

産業振興に役立っているか？ **NO!**

学術書籍例（反知的独占—特許と著作権の経済学）

誰のための制度か？ **知財村!**

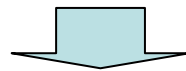
反知的独占—特許と著作権の経済学 の骨子

(出典:ミケーレ・ポルドリン&デヴィッド・K・レヴァイン著, NTT出版, 2010)

特許制度の何が問題か？

それが市場にもたらす「**排他独占的**」効果を批判しており、「**独占的仕組みを用いなくとも創作者が利益を得ること(私益)は十分可能であり、社会的な利益(公益)も大幅に増大する**」ことを事実に基づいて論理的に展開し、現在の特許制度や著作権制度を、**より排他独占的でない仕組みに変更**すべきと主張している。

- ・**中小企業の特許出願メリットは、無い**。(唯一、大企業に買収される場合を除き)
- ・特許制度によって、イノベーション(産業振興)が促進された**事実は確認できない**。
曖昧な審査制度にも問題がある。
- ・ビジネス自由度確保のための大量出願や特許買取りによる防衛策は、特許制度の目的である産業の進展を著しく阻害する。(日本企業の特許戦略は制度理念に逆行)
- ・この特許戦争で一番利益を得るのは、**法律や制度の関係者(知財村の住人)**である。
彼らは、まるで武器商人のようである。
- ・特許は、技術の「アイデア」だけを保護する。しかし、特許明細書を読んだり、製品を分解したり、その抽象的な水準でのアイデアのコピーだけでは、**実施(商品化)できない**。
→商品化にはノウハウやプロセス情報が必須で、これら守秘知財の重要性を示唆！



私益・公益の止揚からすれば、特許制度より**不正競争防止制度!**

基本認識

知財は、最重要の基本的財産権である。
資本や規模の大小に関係ない最強の競争手段であり、
その活動は利益への貢献で評価すべきである。

産業振興のためには、アンフェア
(不正競争)の排除が第一に重要。

強い排他独占権は産業振興を阻害する!

経済合理性の高い新しい知財モデルの必要性

知的財産権(知財)の種類と特徴

知的財産権

知的創造物についての権利

産業財産権: 特許庁所管

特許権(特許法)

○出願から20年

実用新案権(実用新案法)

○出願から10年

意匠権(意匠法) デザイン

○登録から15年

回路配置利用権

(半導体集積回路の回路配置に関する法律)

○登録から10年

育成者権(種苗法)

○登録から20年

著作権(著作権法)

○死後50年

営業秘密(不正競争防止法)

○ノウハウや
顧客リスト保護

営業標識についての権利

商標権(商標法) ブランド

○登録から10年
(継続あり)

商号(商法)

○登録商号の保護

商品表示、形態等(不正競争防止法)

○商品表示・形状などのコピー禁止

強い排他権
不確実性

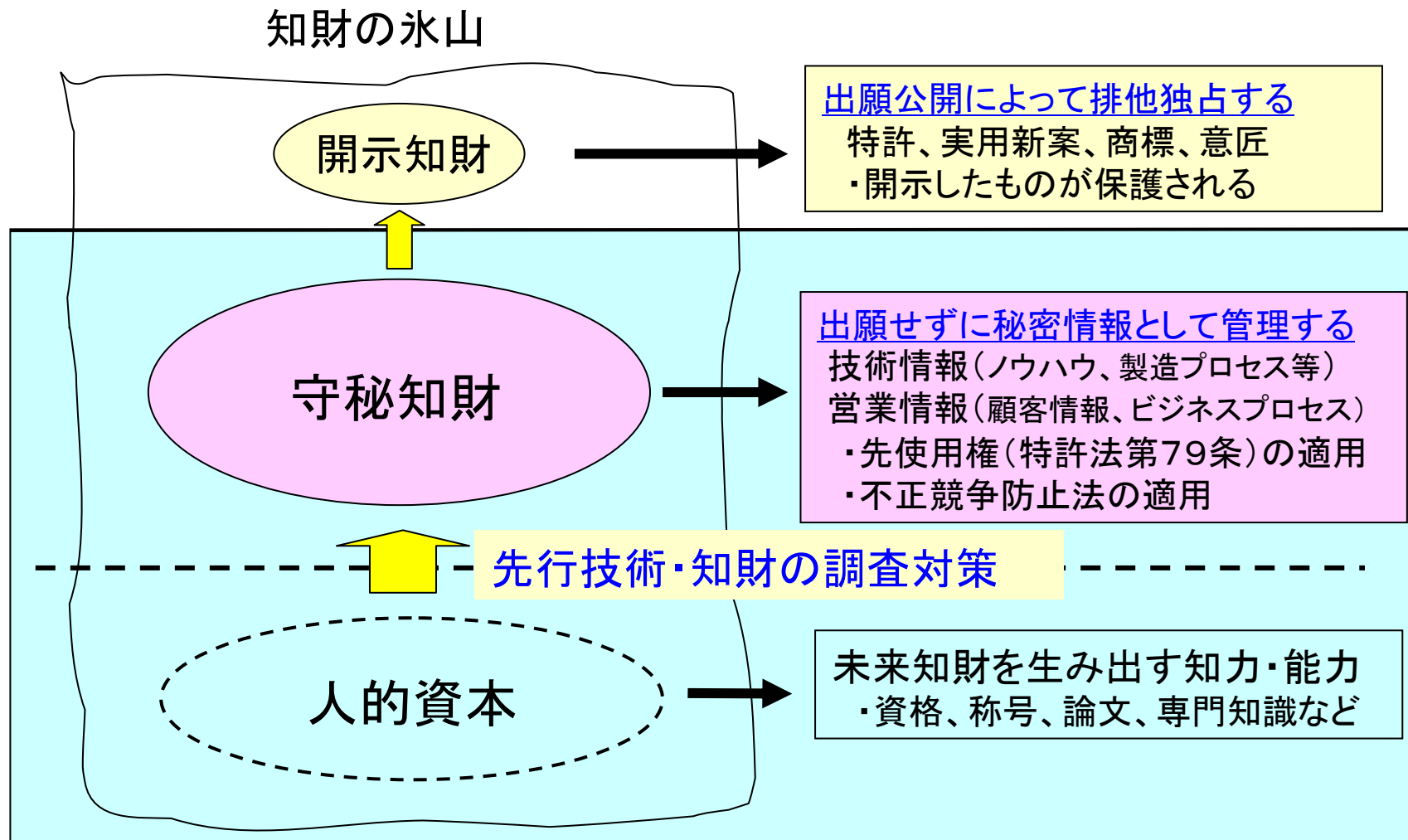
長期・安定価値

商品や商行為に直結
(弱い排他権)

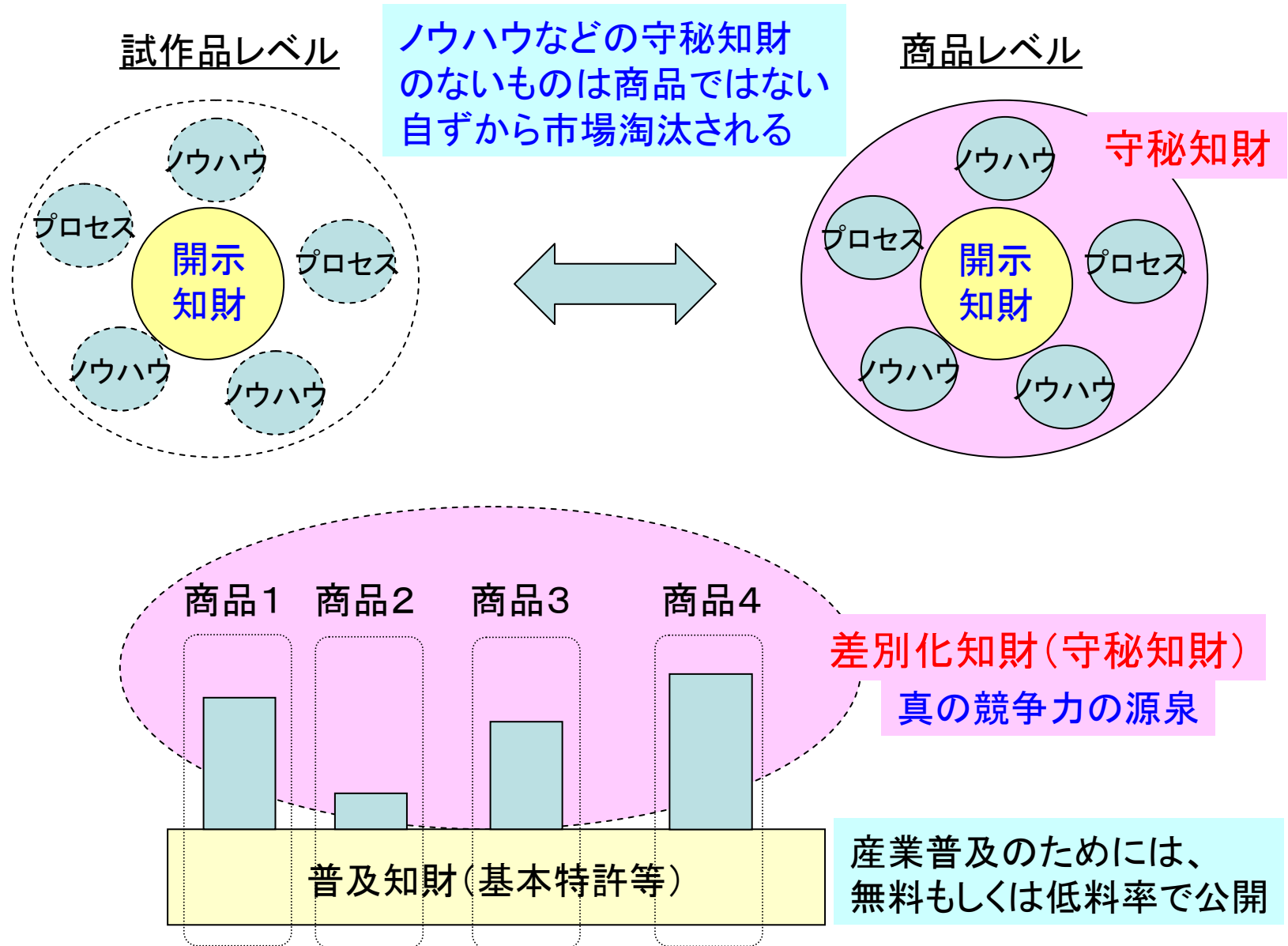
長期・安定価値

知財の氷山モデル(知財資本)

- ・『開示知財 + 守秘知財』のトータルでマネジメントすべき
- ・守秘知財が軽視され、この知財保護が機能していない



守秘知財は、品質・コスト等の商品化や商品競争力に関与



開示知財と守秘知財の比較

	開 示 知 財 (特許の場合)	守 秘 知 財 (ノウハウ等)
特 徴	強い排他権による攻撃的な独占 (実体商品に関係なく権利のみの行使可)	知財の専守防衛による知財保護・共存 (実体商品に即した保護)
法 律(準拠法)	特許法	不正競争防止法 特許法第79条(先使用权)
権利行使力	差止め+損害賠償	差止め+損害賠償+情報漏洩罪
保護期間	出願から20年	制限無し
出願及び登録・維持コスト	大 (数十万円~)	小 (千円~+守秘管理費用)
対策コスト	権利行使費用の確保(調査・裁判費用、 社内対応費用等)	同左 (但し、商品化情報が守秘されるため、 市場による商品淘汰が進む)
リスク1	・無効化リスク	・特にリスクなし (先使用权の活用対策)
リスク2	・出願後1.5年で全世界に公開される ・未出願国では、保護されない	・公然開示していないため特許出願可 ・秘密情報管理による情報流出防止
総合評価	△	◎

守秘知財が極めて重要！ → ドイツ企業の強さの秘密

不正競争防止法を理解する

所管官庁: 経済産業省 経済産業政策局 知的財産政策室

(参考URL; <http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/2012hontai.pdf>)

商取引において、自分の商売と類似の商法や、紛らわしい商法を用いて、顧客を横取りしようという不正商法を禁止する法律

不正競争防止法(民法上の不法行為(民法709条)の強化版)

- ・登録することなく、日々の市場での取引の中で発生する個別具体的な不正競争行為を、その都度排除していく仕組み
- ・特許などの産業財産権者に対しても権利侵害主張できる
- ・期間の制約限定なし
- ・刑事罰、差し止め、損害賠償を認める

商品と一体化した権利行使
(行為法)

VS

産業財産権法(特許・新案・意匠・商標法)

- ・登録により、一定期間、排他的効力により独占できる
- ・差し止め、損害賠償を認める

商品の有無に関係ない権利行使
(権利法)

不正競争防止法により禁止されている行為

不正競争防止法2条1項の下記の行為

- ・商品等の主体混同行為(1号)
- ・著名表示不正使用等の行為(2号)
- ・商品形態をデッドコピーした商品を流通に置く行為(3号)
- ・営業秘密の不正利用行為(4号～9号)
- ・技術的制限手段迂回装置を流通に置く行為(10号～11号)
- ・ドメイン名の不正取得等の行為(12号)
- ・商品等の原産地・品質等誤認行為(13号)
- ・他人の営業上の信用毀損行為(14号)
- ・代理人等による商標の無断使用行為(15号)

- 営業秘密は、技術情報を含み、秘密情報管理が必須
- 権利行使のためには、裁判に勝てる明確な証拠が必要

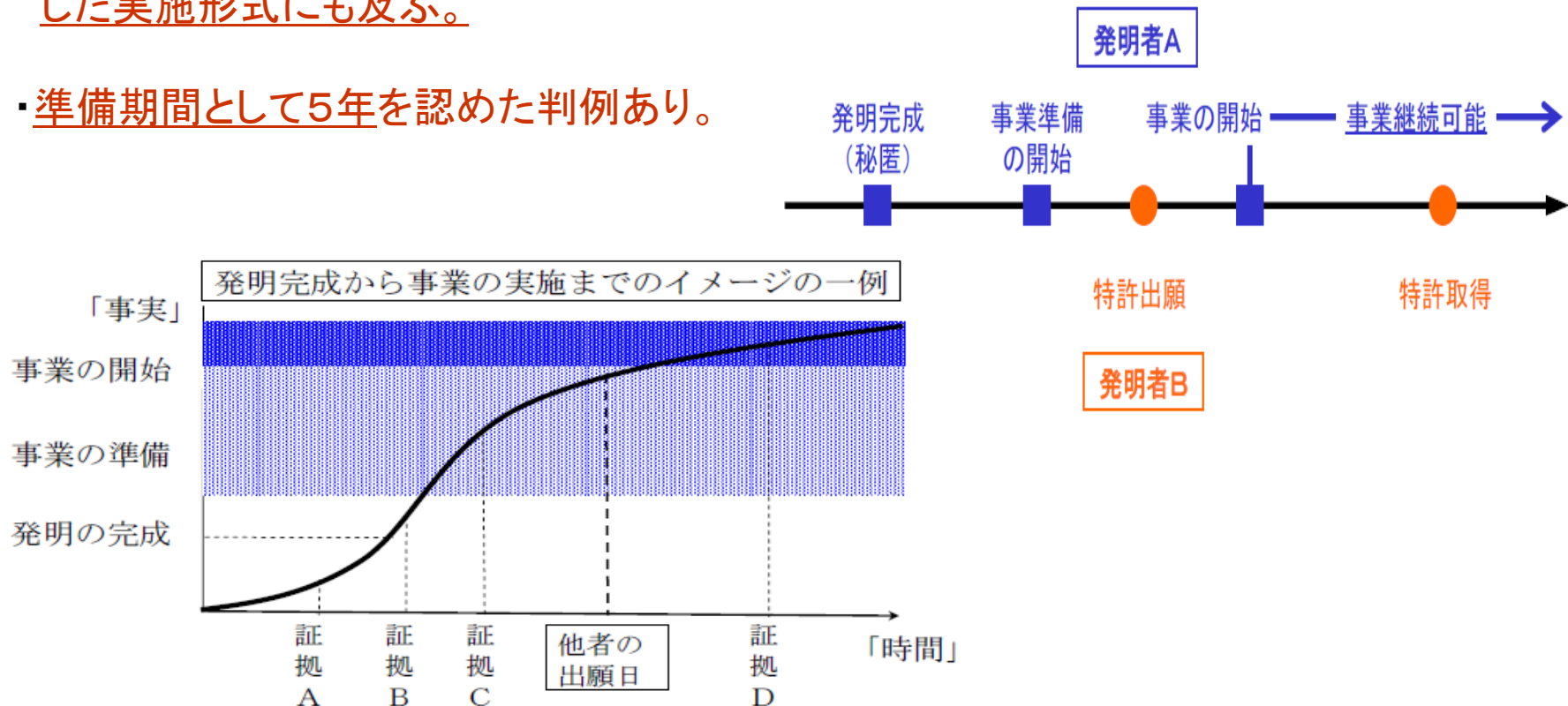
先使用権制度(特許法79条)を理解する(1)

(出典)特許庁総務部企画調査 平成20年度知的財産権制度説明会(実務者向け)

先使用権とは、他者の特許出願時には、少なくとも、発明の実施である「**事業の準備**」、もしくは、その「**事業**」をしていた者については、公平の観点から、先願者である他者の特許権を無償で実施し、その「**事業**」を継続できる権利。(実用新案および意匠の同じ。)

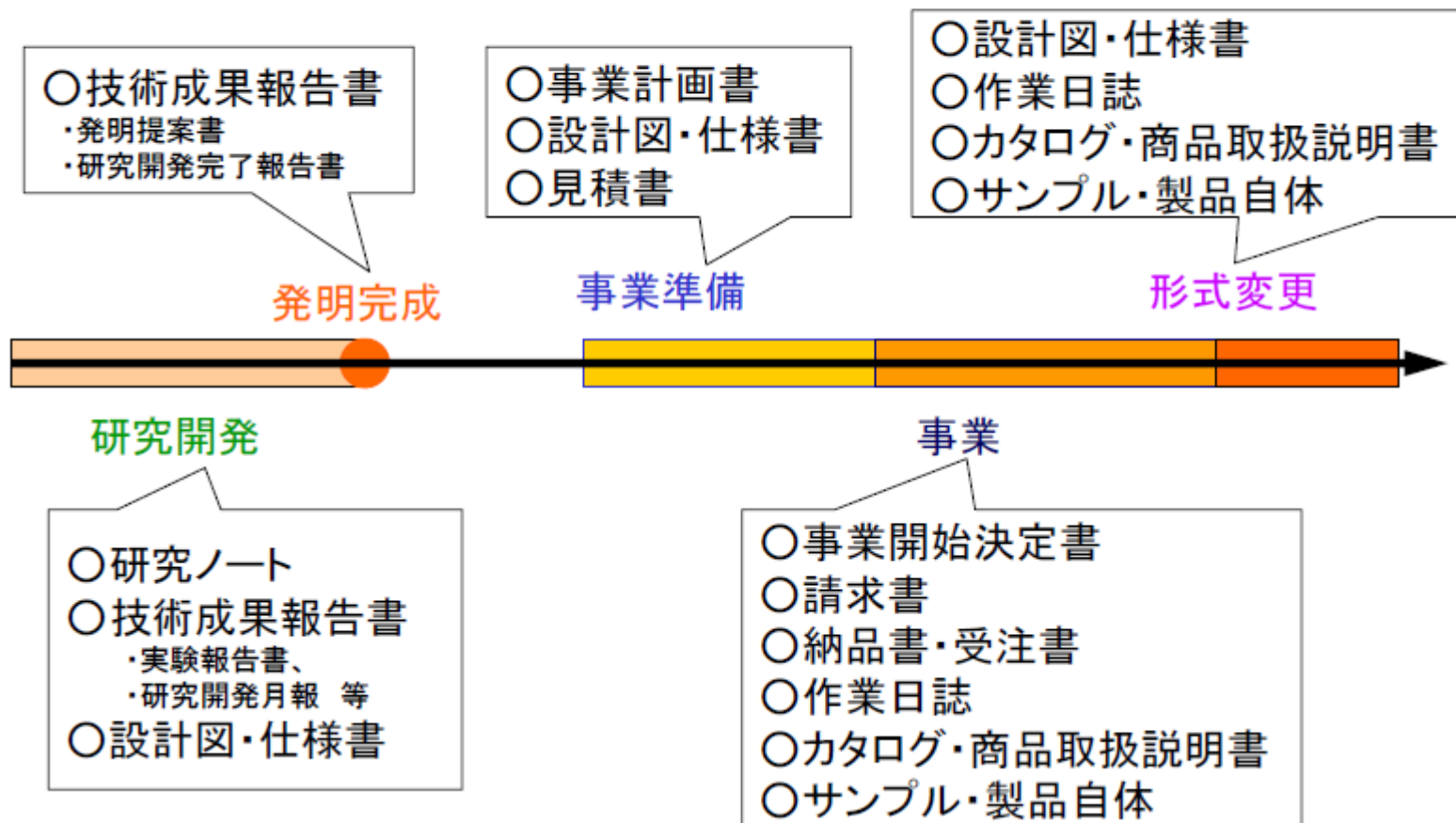
- ・ウオーキングビーム最高裁判決＝「**発明思想説**」を採用
先使用権の効力は、特許出願の際(優先権主張日)に先使用権者が実施又は準備をしていた**実施形式だけでなく、これに具現された発明と同一性を失わない範囲内において変更した実施形式にも及ぶ。**

- ・**準備期間として5年を認めた判例あり。**



先使用権制度(特許法79条)を理解する(2)

先使用権の要件となる事実に関する証拠を、確保可能な時点ごとに収集し保管することが最も確実な手法 (タイムスタンプの活用)

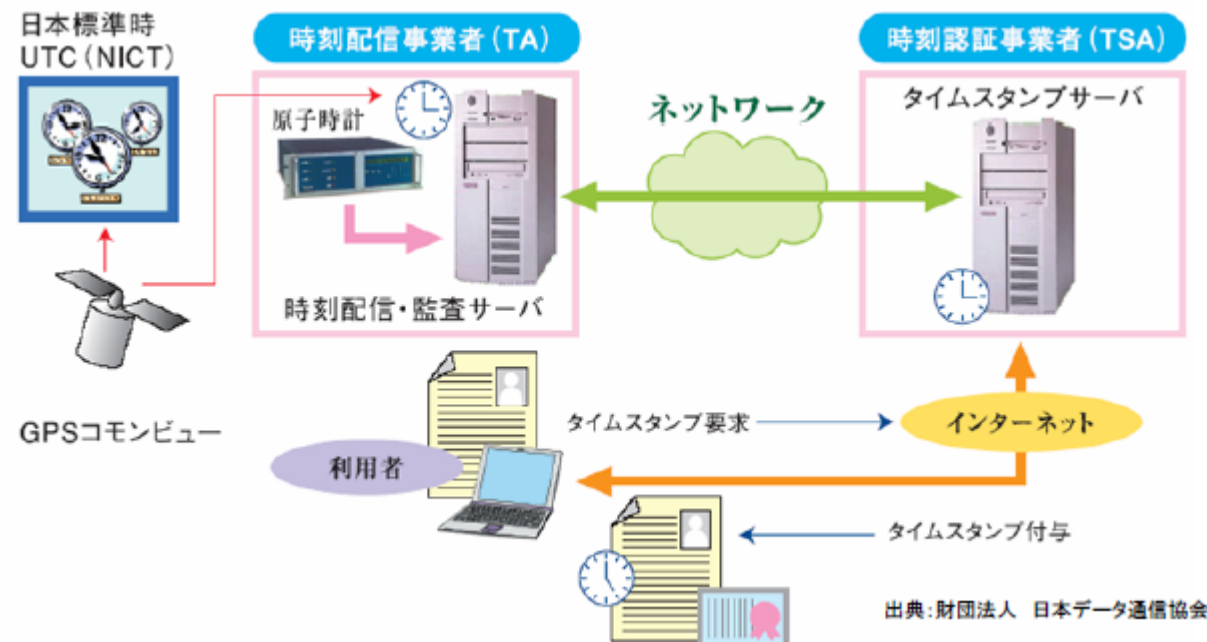


先使用权制度(特許法79条)を理解する(3)

3-6. 証拠力を高める手法 ~民間タイムスタンプサービス~

- 「タイムスタンプ」は、電子データに時刻情報を付与することにより、「いつ」、「どのような」電子情報が存在していたかを証明するための民間のサービスです。
- 「電子署名」は、実社会で書面等に行う押印やサインに相当する行為を、電子データに対して電子的に行うサービスです。
- 「タイムスタンプ」と「電子署名」の組み合わせで、「いつ」、「誰が」、「どのような」を証明し得る。

■タイムスタンプが付与される仕組み



先使用権制度は、主要国にあるが、運用条件に注意

中国[中国特許法第63条]

【要件】

①特許出願日の前に、②中国国内において、③特許技術と同じ技術を実施又は実施のための準備を行っていること。④実施に当たっては元の範囲内で行われていること。

【ポイント】

○実施のための準備：設計図面と技術文書を既に完成し、専用設備と金型の準備を整え、または試作品の作成等の準備作業が整っていること。[北京市高級人民法院]（例：製品の販売日は特許出願日より遅いが、既にプレス機・溶接機等の必要な準備を整えており、また特許の技術的特徴と同様な試作品を作成していたことにより先使用権を認めた）

○その他：先使用権が認められるのは、特許製品の「製造」及び特許方法の「使用」に限られ、販売、販売申出、又は輸入の行為が含まれていない。[中国国家知的財産権局逐条解説]

米国は、2011年の法改正により、全特許（従来はビジネスモデルのみ）に適用になった。但し、出願日より1年前に実施していることが条件になる（事業の準備は認められない）。

知財立国の本質的な課題

○国民の知財意識が低い(知財に鈍感な国民)

- ・最強の競争手段であり財産権である知財に対する感度を上げる施策がない。
- 国民知財運動を先導する新しい知財モデルの必要性。

○知財侵害を効果的に発見し阻止する仕組みがない (ニセモノ被害60兆円)

- ・流通段階でチェックできない。
- ・対策費が多めで中小企業や大学などは打つ手に困窮。
- 新しい知財モデルの必要性

○知財活動成果指標が本来目的である儲け(利益)から乖離

- ・事業経営と一体になった運営になっていない。
- ・外部への丸投げ体質(外部が責任取ってくれるか?)
- ・特許の質が悪く権利行使できない。
- ・ノウハウを含めて技術情報流失に対するガードが甘い。
- 管理知財から経営知財への抜本改革(事業と一体化した知財経営人材の育成)

○知財行政及び業界に関わる者の権限と責任の明確化

- ・許認可機関である特許庁及び専門資格者(特許弁護士・弁理士)の責任は?
- ・特許法の大幅な改正と不正競争防止法の普及啓蒙。

新しい知財モデルの提唱

特許制度を補完、不正競争を排除、
世界に通用する普遍的理念

共存共栄

天は自ら佑くるものをたすく：自助精神 (An Independent Spirit)
による自己経営意識 (オーナーシップ) と多様性の容認

個・中小企業・地域の生存と発展
国民の知財意識の向上を図る

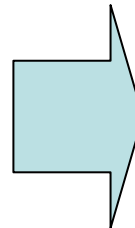
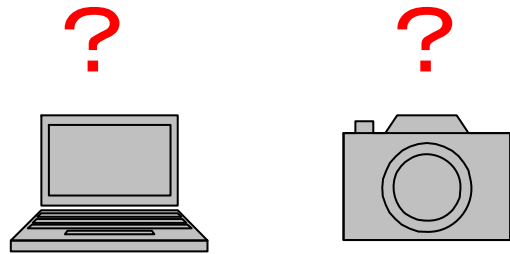
知財ブランドモデル(国民知財モデル)について

知的財産基本法に基づく国民経済の健全な発展モデル

知財情報と商品が乖離(別管理)

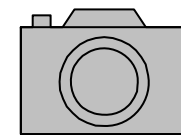
知財情報と商品の一体化運用

商品に使用している知財が不明なため



商品価値を形成する知財を開示

知財コード(IPコード);
商品価値を担保する知財に付与



- 知財が利益に結びついていない
- ニセモノ対策・技術流失の防止・国民の知財意識の向上が困難
- 知財立国の理念である知的創造サイクルが回らない

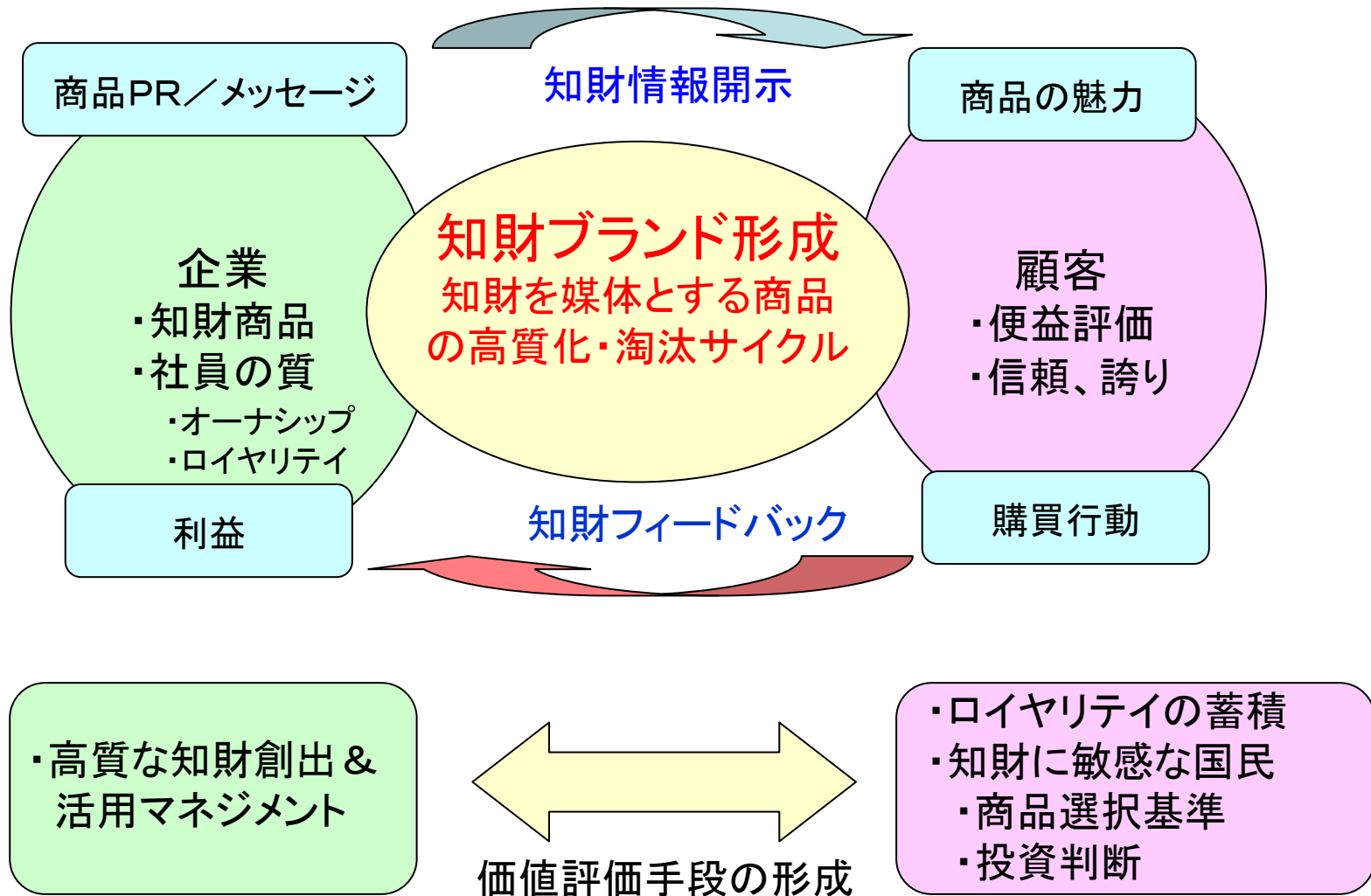
12時間駆動: IPコードXXX
→ 日本特許xxxxxx

軽量材料: IPコードYYY
→ 守秘知財yyyyy

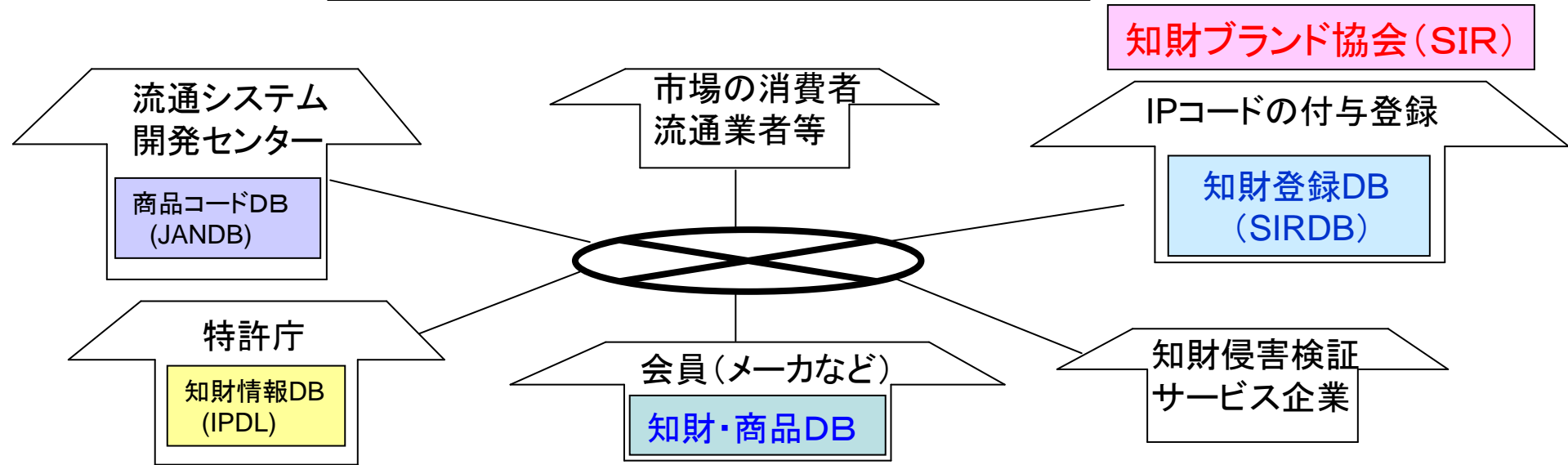
ノウハウなどの守秘知財も
その使用を IPコード及び
発明の名称で開示

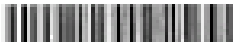
商品を基軸とする知財ブランドモデルの概念

- ・知財ブランド: 卓越した顧客価値を創出できる知財商品と知財安全性
- ・商品の知財情報を媒体とする企業と顧客の動的なロイヤリティ形成



知財情報提供システムの構築例



商品コード	アイテム情報	商品属性と使用知財	リンク情報
 4912345678904	ノートPC、AB-123 〇〇電器製、	長時間駆動12時間 (IPコード:P123457003)	http://www.abc.co.jp

商品コードとIPコードのリンク

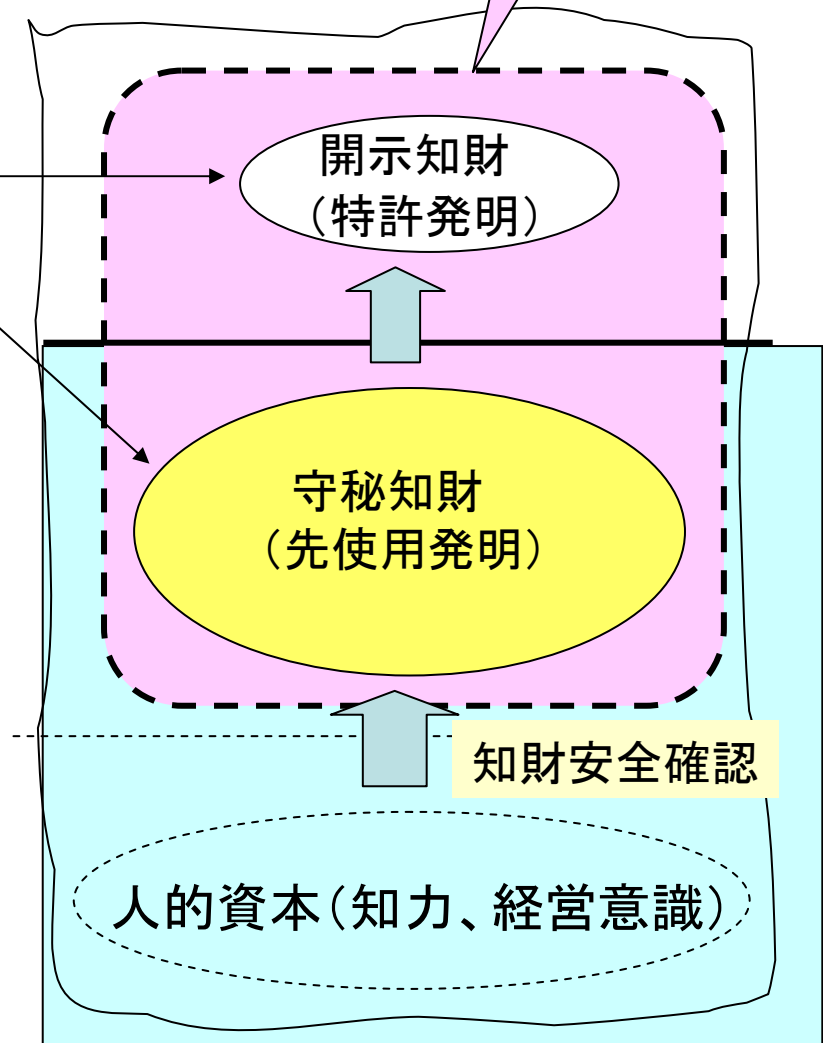
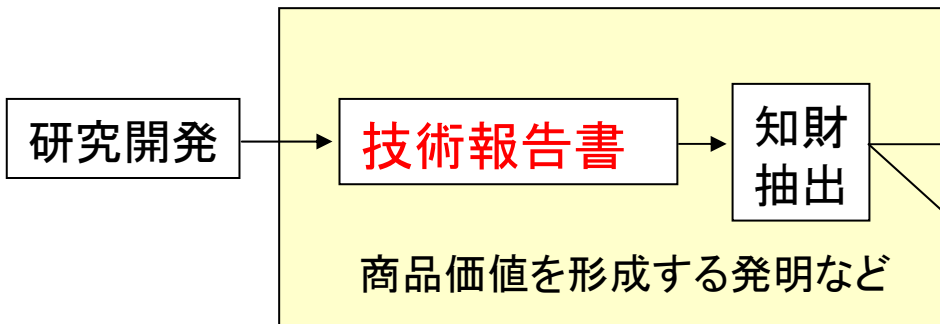
IPコード	書誌情報	概要、特徴	リンク情報
P123457003	日本特許第6689031号 「省電力回路」、権利者	ECOマネジメント機能 により50%省電力化	http://www.jpo.go.jp

発明を知財化して保護する

知財化 = 文書化(ドキュメント) * タイムスタンプ * 情報管理

これらの知財をSIRに登録

知財の冰山モデル



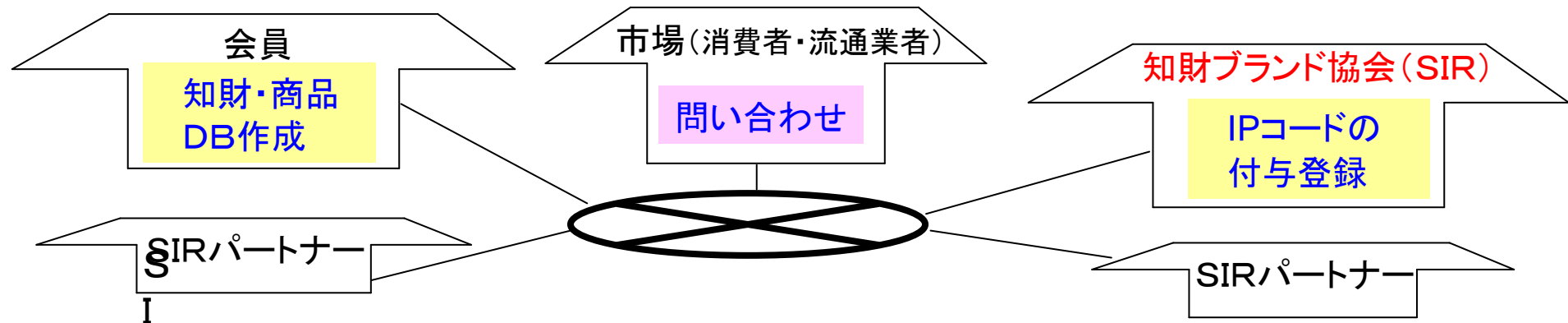
知財(技術成果)名称: 守秘情報
Confidential

発明者(開発者)名: タイム
資料番号(IPコード): スタンプ

- ・再現性(実施可能要件)を確保した技術文書の作成
- ・文明の日本語で論理的に明快に記述
- ・技術成果報告書と特許明細書は同じ構成
- ・作成日の確定と改ざん防止のためのタイムスタンプ
- ・情報の区別: 守秘情報であることの標記など

開発した技術者自身が文書を作成

知財登録・保護システムの構築例



○知財登録管理システム

①知財登録システム:IPコード付与登録システム(SIR提供)

SIRから会員コードを付与し、会員側で作成規定に従ってIPコード及び知財・商品DBを作成して、自社もしくは提携先サーバーに保存し、IPコードをSIRに登録する。

②知財ISO管理システム:守秘知財管理システム(SIRパートナー提供指導)

技術やノウハウ情報等を文書化し、タイムスタンプを押し、秘密情報管理するものはISO的手法に基づいて情報管理を徹底する。

③タイムスタンプ押印システム:(SIRパートナー提供指導)

会員が知財化する文書に対して、会員自らタイムスタンプを押し管理する。

○市場フィードバックシステム

①IPコードもしくは商品コードによる照会システム(SIRパートナー提供)

問い合わせに対して知財・商品情報を閲覧できるようにする。
問い合わせ情報を契約者に通知する(ニセモノ対策等)。

知財登録の種類と内容

	対象	開示方法	狙い・目的
企業 (商品知財)	知財(使用)商品	商品価値に 関連付け (守秘知財は 題名のみ開示)	<ul style="list-style-type: none">・ニセモノ対策・利益確保・ブランド形成・情報流出防止
大学 & 研究機関 (アカデミック知財)	論文に関連する ノウハウや 未発表情報	論文に 関連付け (題名のみ開示)	<ul style="list-style-type: none">・技術移転・産学連携
個人 & 個人事業主 (パーソナル知財)	商品や論文など (称号、資格、 技能、知識、経験)	商品や論文に 関連付け	<ul style="list-style-type: none">・人材流通・上記企業と同じ

知財登録の意義・目的(知財を識別する知財コード(IPコード)の役割)

○出願によらない知財保護

- ①知財流出の防止:ノウハウなどの知財化
(不正競争防止法の適用強化)
- ②先使用权の担保(先使用权制度の適用強化)
- ③発明者の誇り・企業の技術シンボルの役割
- ④特許出願制度を補完

○商品利益の確保

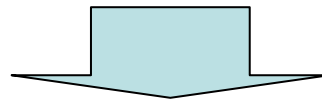
- ⑤商品価値の明確化による利益の確保

○国民の知財意識の向上

- ⑥商品を通じた知財意識の向上
- ⑦国民や市場の目・監視によるニセモノ対策

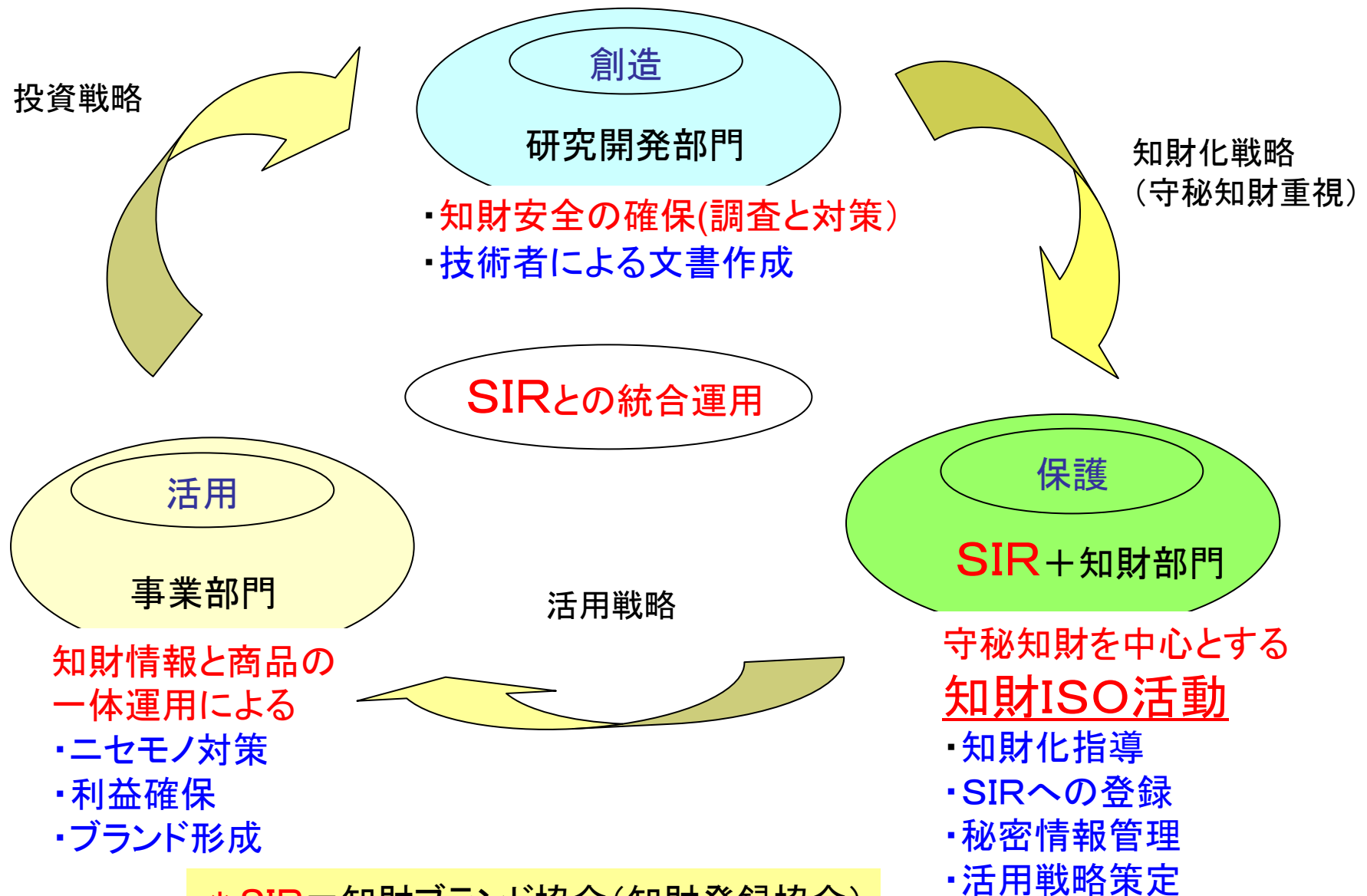
○知財立国への貢献

- ⑧市場による知財フィードバックを受けるため
管理知財から経営知財への革新が図れる
(事業・開発・知財戦略の三位一体運営)



知財によるブランド形成

知財立国の理念である**知的創造サイクル**の好循環化



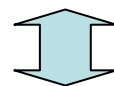
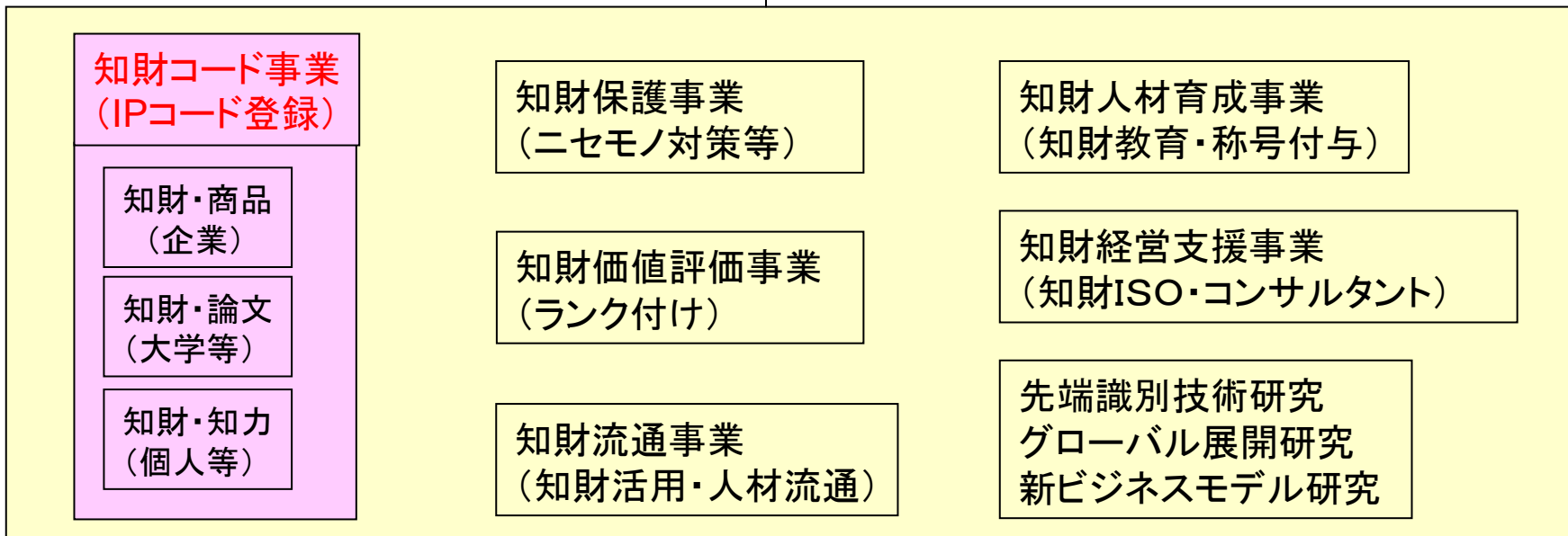
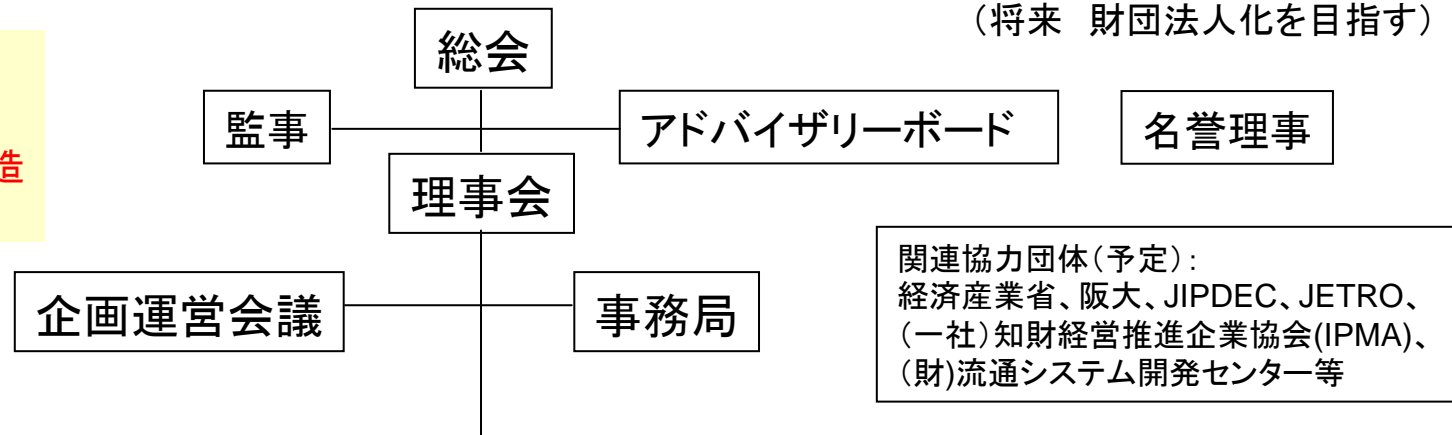
* SIR = 知財ブランド協会(知財登録協会)

知財ブランド協会 (SIR: The Society of Intelligence Registration) の組織と事業

(将来 財団法人化を目指す)

Vision & Mission

- ・知財登録による
知財保護とブランド創造
- ・国民知財運動を先導



入会 & パートナー契約

会員 & パートナー (協賛者)

まとめ

1. 知財は、最重要の基本財産権であり、ブランド価値 & 利益の源泉である。
2. 産業振興の基本は、不公正な競争を排することである。
特許など強い排他権のみの制度では産業振興が阻害されると考えられる。
3. 知財は、開示知財と守秘知財のトータルでマネジメントすべきである。
守秘知財は、開示知財と比べて大きなメリットがあることを認識すべきである。

知財経営の要諦は、守秘知財にあり！

4. 知財化の第一歩は、文明による明快な文書であり、開発者自身が書くべき。
知財化とは、文書化 * タイムスタンプ * 情報管理のことを言う。
5. 知財が本来の役目を果たせない問題の本質は、知財と商品の乖離にある。
この問題を解決する新しいモデルとして、知財ブランドモデルを提唱した。
6. このモデルを推進する知財ブランド協会 (知財登録協会 = SIR)を設立した。
SIRは、ニセモノ対策、利益確保、ブランド形成、開発者の誇りの証し、技術流失防止、先使用权の担保、不正競争防止法の適用支援、国民の知財意識の向上並びに特許制度を補完する役割を持ち、真の知財立国に貢献する使命をもつ。

SIRは、中小企業や大学知財にも革命をもたらす！

追加メッセージ

○参考書の紹介

- ・知識経済社会を生き抜くための知財に関する体系的且つ実践的な基本教養書&教科書です。是非ご自分への投資としてご一読ください。

好評発売中！ (社)日本図書館協会 選定図書
日本知的財産協会(JIPA) 推薦図書

『知財インテリジェンス』

大阪大学出版会、320ページ、税込 2,100円

電子書籍は、 <http://www.shinanobook.com/> 税込 1,000円



○協会HPのお知らせ欄に、最近の新聞・放送機関で報道された有用情報があります。

<http://www.ipbrand.org>

○知財相談や入会などに関するお問い合わせは下記メールで受け付けています。

ipbrand@gmail.com