

知的財産政策ビジョン検討ワーキンググループ（第2回）提出資料
東京商工会議所 知的財産戦略委員長 荒井寿光

知的財産政策に関する意見

～成長戦略の原動力は中小企業。知的財産の戦略活用でイノベーション創出を～

わが国経済が六重苦をはじめとする多くの課題に直面する中で、中小企業においては、海外展開や新分野進出などのイノベーション強化に迫られており、知的財産の戦略的な活用の重要性がますます高まっている。

本年は、「知的財産戦略大綱」策定から10年が経過し、今後10年間を見据えた「知的財産政策ビジョン」が策定されるが、中小企業の海外展開支援強化と知財人材育成の抜本的強化を重要な柱と位置付けるべきである。また、「知的財産推進計画 2013」については、本ビジョンの第一年として、経済成長促進と競争力強化を政策の中心としていくべきである。

この10年間で、わが国のアニメ・漫画等のコンテンツやファッション・食等は、クール・ジャパンとして海外からの評価を一層高めている。中小企業も大きな役割を担っているこれらの産業を成長分野として位置付け、より大きな相乗効果が表れるよう、海外への効果的な発信により、対日投資や訪日客数の拡大にも繋げていくことが望まれる。また、政府が本年6月に策定する成長戦略においても重要な柱と位置付けていく必要がある。

一方、東京が持つ知的蓄積・ビジネスの蓄積を、わが国の成長戦略に結びつけていくことが重要であり、都内に立地する先端的なものづくり産業や集積が進むコンテンツ産業を戦略資源として有効活用すべきである。さらには、2020年東京オリンピック・パラリンピック招致の実現は、東京の潜在成長力や、国際競争力の強化に大きく寄与することが期待される。

知的財産の戦略活用によりイノベーションを創出するのは中小企業である。成長戦略の原動力となる中小企業の活力の強化に向けて、「知的財産政策ビジョン」ならびに「知的財産推進計画 2013」に盛り込むべき政策事項等について、下記のとおり意見を述べる。

記

I. 当面の重要課題への対応

1. 中小企業の経営実態に即した技術・営業情報流出防止対策の確立・周知

○「営業秘密管理指針」ならびに「技術流出防止指針」は、企業を取り巻く環境変化に対応して継続的に見直しを図るとともに、より一層の活用を促すた

め、中小企業にとってわかり易い内容とすることが急がれる。

- 営業秘密の管理については、流出経路毎（退職従業員、取引先、盗難等）に必要な具体的な取り組みなどの“実務マニュアル”を作成すること。

2. 模倣品・海賊版等の知的財産侵害に対する支援

- 模倣品・海賊版等の知的財産侵害に対し、在外公館等を通じた、相手国政府への働きかけの強化、民間交渉への同席など、国による対応を強化すること。

3. 中小企業を対象とする特許関係料金減免制度の抜本的改善

- 特許料等の減免制度については、競争力強化の観点から、米国のスモールエンティティ制度を参考に、要件の緩和や減免措置内容の拡充、減免期間の延長、手続きの簡素化を図ること。また、中小企業において助成等に対する公的支援のニーズは高いものの、実際の利用が進んでいない施策も見受けられることから、その要因を調査し、ユーザーニーズを的確に把握し、利用しやすいものとするとともに、ニーズの高い施策や地域については、重点的に予算措置をすること。

4. 中小企業の持つ魅力あるコンテンツの海外展開支援

- コンテンツ産業において中小企業が占める比率は高く、わが国の優れたコンテンツの多くは中小企業により生み出されている。魅力あるコンテンツを海外に発信するため、国内外の展示会への出展補助や販路開拓支援、昨年10月に設立された(株)ANEWを通じての海外展開等を積極的に進めること。

Ⅱ. 競争力強化戦略に関する意見

わが国の持つ優れたものづくりや先端技術の強みを最大限に発揮するために国際標準等の世界のルール作りを官民一体となって主導すべきである。

また、中小企業の海外展開が加速しており、競争力の源泉として持続的なイノベーションの創出が求められている。イノベーションの促進には技術開発とともに、技術、デザイン、ブランドといった知的財産がビジネスにおいて戦略的に活用され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。

<国際標準・規格・認証>

- 中小企業の海外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。

- 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、標準化や海外の規格に関する最新動向等の情報提供を強化すること。
- 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。
- 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。
- 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。

<知的財産経営の推進>

- 中小企業経営者に対して、知的財産の戦略活用について理解促進を図るため、これを促進させるようなインセンティブの創設および先進事例の紹介などを強化すること。
- 「知財人材データベース」の利用促進等により、大手企業OB等を中小企業の知的財産の戦略活用促進に活かすべき。なお、OB人材の活用にあたっては必要に応じて研修を実施すること。
- 弁理士等の外部専門家が、中小企業の知的財産の戦略活用促進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。

<知的財産システムのグローバル化・競争力強化>

- 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。
- 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。
- 新興国での安定した知的財産の保護による競争力の維持・強化のために、知財システム構築を積極的に支援すること。なお、任期満了を迎える任期付審査官の活用や、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。
- わが国の知財システムの競争力強化に繋がることから、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。なお、期間短縮には審査官数の確保は不可欠であり、任期満了に伴い、審査官の大幅な減少にならないよう期間の延長や新規採用等の対応を図ること。
- 新しいタイプの商標については他国と同等の保護がなされるようにすること。なお、実際の導入にあたって事業活動に混乱が生じないように周知を徹底すること。

<海外展開支援>

- 外国出願費用を助成する「地域中小企業外国出願支援事業」の予算拡充を図

ること。また、全国で申請受け付けができるように、未実施の都道府県には実施を促すこと。

- 海外における知的財産の侵害等に関する相談体制を強化し、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。

<支援施策の創設・拡充>

- 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、他者との差別化を図るため、新たに支援策を講じること。
- 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。
- ものづくりや自社ブランド構築に知的財産の活用が重要であることを、先進事例の紹介等を通じて一層の普及啓発を図ること。また、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。
- 「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税額控除や補助制度の創設を図ること。
- 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、多段階選抜方式にあたっては第一段階の探索研究・実証実験（F／S）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等のサポートをすること。
- 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。
- 中国・韓国の特許等の文献が増大しており、容易な文献検索を早期に実現すること。
- 「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。
- 取引先や大学、研究機関等と共同出願をする際に権利の持ち分や発明の実施に際して、中小企業が不利にならないように相談や費用の助成等の支援を拡充すること。
- 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権をベースとしたものである場合は、特許等の出願・審査・登録料金、弁理士費用等の知財関連費用を広く補助対象とし、相当分を上乗せすること（知的財産上乗せ制度の創設）。

- 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、金融機関からの資金調達等に活用できるシステムを提供すること。
- 中小企業の知的財産活用には、産学官連携の推進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。

<人材育成>

- 「知財計画 2012」に盛り込まれた「事業戦略的な知財マネジメント人材を養成するための場」において、中小企業の知財人材の育成に関するカリキュラムを提供すること。
- 知的財産管理技能検定等の検定試験を中小企業の「知財人材」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。
- 中小企業診断士、大手企業のOB等、中小企業の知的財産の戦略活用促進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。

<その他>

- 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。

Ⅲ. コンテンツ戦略に関する意見

海外からも評価が高く、高い潜在力を持つわが国コンテンツ産業の競争力を強化し海外展開を推進するとともに、非コンテンツ産業との連携を促し、波及効果を高めるべきである。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、これらの侵害対策を強化することは重要である。

また、地域資源を活用した地域ブランドの開発や海外展開の動きも活発になっていることから、次のような施策が必要と考える。

<コンテンツの海外展開・情報発信>

- 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海外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。
- 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。

<規制対応・侵害対策>

- 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、二国間交渉等により知的財産の保護を強力に働きかけること。

- 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一層強化すること。また、海外での関連する法規制や取締り体制の実情について、国内企業に対する情報提供を強化すること。
- 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。
- 海外のコンテンツに関する規制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。

<ブランドの強化・情報発信>

- クール・ジャパンの海外展開を推進するためには、地域における製品やサービスのブランド力向上に係る取り組みを後押ししていくべきである。東京においては、数々の好事例が生まれていることから、これらをクール・トーキョーとして位置付け、情報発信や販路開拓など、強力に支援していくこと。
(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)
- 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。
- B級ご当地グルメなど、地域ブランドによる地域活性化に中心的に取り組んでいる商工会議所や商工会等が地域団体商標の登録主体となるように制度を拡充すること。
- わが国の農林水産品の高付加価値化・ブランド力向上や産地の偽装表示等の偽物排除に繋がることから、地理的表示制度の導入を早期に実現すること。
- 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。

<支援施策の創設・拡充>

- 著作権に関する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。
- 電子書籍のコンテンツ数を増加させるためにもデジタル化に伴う費用の補助制度(コンテンツ緊急電子化事業)の継続をすること。
- 公共データの二次利用は新産業・新市場創出の可能性を大いに秘めている。起業・創業に繋がることも期待できることから、著作権処理等の問題を早期

に解決し、民間企業等の利活用を促進すること。

<人材育成>

- 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。
- コンテンツ産業を担う人材について育成支援策を強化すること。
- 地域においてコンテンツの有効活用策を普及啓発できる人材について育成支援策を強化すること。

以 上