

知的財産政策ビジョンワーキング（第2回）提出資料
株式会社エヌエフ回路設計ブロック 代表取締役 高橋 常夫

「知的財産政策ビジョン」策定に向けた意見

[1] ビジョン検討の骨組みに関して

○知的財産の基本プロセスとしての“創造・保護・活用”の骨組みに対し、日本の産業競争力強化のドライビングフォースとして“中小企業・ベンチャー”を、今後10年の重点注力対象として位置付けるべきである。

○大企業と中小・ベンチャーとの中間に位置する“中堅企業”もドライビングフォースとしての骨組みにクローズアップすべきである。

中堅企業（資本金3～10億円と想定）は全企業の0.44%であるが、雇用を考えると約10%*を抱えている。また、資本金1～10億円の企業をみると、黒字企業比率は約50%で、法人税収の約11%**を占めている。中堅企業の成長は、地域経済や中小企業への波及効果が大きいにも関わらず、支援策の光りが照らされないのが現状である。日本の成長を牽引する役割を担う中堅企業の成長を後押しするためにも知的財産分野での支援策強化必要である。

（出典：*平成21年度経済センサス、**平成22年度国税庁会社標本調査）

○産業における知的財産の応用波及性をより高める“流通政策”を検討の骨組みに加えるべきである。

主として大企業で数多く創造されながら有効活用されていない知的財産を、より広い業種の中で応用マッチングを図り、波及性を高めることで、ダイナミックな日本の産業競争力強化に結び付けるべきである。国や大企業と中堅・中小・ベンチャー企業との間で、知的財産に新たな応用価値が再創造されるように、知的財産を流通し易くなる仕組みや支援策の再構築が必要である。大学のTLOなどの仕組みを使ったビジネスマッチングや流通促進の取り組みは出来ている。TLOや産学連携の検討の骨組みとともに、民間企業間での知的財産の“流通政策”を骨組みに加えての検討が今後10年に向けて重要と考える。流通の仕組み面での施策では、従来のマッチングの場を提供する施策にとどまらず、経験豊かな企業OBの活用等による知財応用から、製品化・事業化までのアドバイスや企業内指導が出来る人材の再流通促進も有効である。

また、中堅・中小・ベンチャー企業にとっては知財流通市場でその対価を投資できるかどうかという体力面での課題が大きい。その本質的な問題解決なくして流通促進は在りえないことから、財政・税制施策や金融・民間ファンドなどを組み込んだ施策の検討が必要と考える。

[2]今後の中小・ベンチャー企業の重点課題（日本商工会議所アンケート調査から）

○中小・ベンチャー企業のグローバル展開等への支援

・グローバル化の進展はますます加速し、中小企業においても海外展開は不可避となっている。こうした状況は、ASEANを中心とした海外マーケット獲得の絶好の機会でもあり、中小企業の海外展開のため、知的財産の保護・活用のみならず、海外展開支援政策をパッケージとして積極的に支援していくべきである。

中小企業の海外展開は、販路等の営業活動、法律、税制、送金方法等、実際に進出して直面する課題が多い。中小企業の海外展開のリスクを軽減するために、進出前の相談、進出後の現地での相談、販路開拓支援に加え、知財システムが未整備の国に対する整備の働き掛けなど、継続的に課題を解決し、中小企業を支援することが必要である。

・また、中小企業の海外での権利取得を支援するために外国出願助成予算の拡充が必要である。国内においても、特許料金等の減免制度の要件緩和、措置内容の拡充をすべきである。具体的には、米国並みに、中小企業を対象に一律に特許庁関係の全費用の50%を免除するなどの措置が考えられる。

・製造業のみならず、非製造業も成長の柱である。特に、日本の「おもてなし」は世界に誇れるものであり、クールジャパン戦略推進の一環として中小サービス業（例えば、外食・宿泊等）の海外展開支援を強化していくことが重要である。

○知的財産に関わる中堅・中小企業の人材育成支援

・中小企業においても、知的財産の実務的業務を行える人材が不可欠である。中小企業の社内の知的財産に関する教育を体系的に実施できるための支援をしていく必要がある。

・特に、今後は、知的財産を企業のビジネス活動に生かして事業展開まで担うことができるレベルの人材が求められている。知的財産の制度等に精通し、新商品や事業展開に向けて活躍できる教育を入社教育の早い段階から行っていくことが中堅・中小企業にとっても必要であり、その為の教育支援が重要である。

○地域における知財関連支援体制の拡充

・全国各地で地域資源を活用した、B級ご当地グルメの開発や、農産品・工芸品の海外展開など地域ブランドの取り組みが活発化している。国においては、地域活性化のためにも、こうした地域ブランドの官民による推進母体を組織化し、情報発信や販路開拓などに継続的に取り組む必要がある。

・「知財総合支援窓口」については、地域の中小企業が自社の知財部門として身近に利用できるように増設すべきである。また、知的財産権の出願申請の受付や審査に係る相談にとどまらず知財活用の商品化までの指導についてまでも、ニーズ現場の各地域において実施することで、より浸透した支援していくことが重要である。 以上