

地方における知財活用促進に関する有識者の主な意見

平成 27 年 2 月 27 日
内閣官房
知的財産戦略推進事務局

1. 中小企業による大企業の知財の活用促進

(大企業の開放特許)

- ・国は、大企業が休眠特許を開放特許として提供するインセンティブを設けるべき。
- ・マッチングフェアへの参加企業数やマッチング件数で特許マッチングの成果を評価しては、目的と手段が逆転してしまう。少なくとも、実施許諾料、売上で評価すべき。
- ・中小企業にとって大企業や大学は敷居が高い。普段から中小企業と接点のある信用金庫を「接着剤」として介した方が良い。
- ・大企業は、中小企業の目線でわかりやすく技術を供給する必要がある。特許技術の難しい説明は必要ない。
- ・中小企業には、高度な特許よりも、すぐに商品化して売れる特許が適している。
- ・中小企業が大企業の開放特許を使用する中で、新たな技術を生み出し、特許を取得したり、技術力が向上したりすることにも期待。
- ・特許マッチング、中小支援の成功事例をたくさん作れば、取組は広がっていくはず。
- ・ドイツやスイスのように、大企業は自国の中小企業と優先して組むべき。
- ・知財活用に興味のある中小企業へのフォローアップを徹底的に何回も繰り返すという地道な活動が重要。

(人財)

- ・技術移転には軸となる組織・人が必要。また、自治体の担当者は3年で異動してしまうが、10年は連続して担当できるようにしなければならない。
- ・大学の経済学部や高専の学生らに、商品開発やビジネスを検討させると、中小企業が思いつかないようなアイデアを考えてくる。
- ・地域の人に任せると革新的アイデアは出ない。むしろ、素人、学生、他地域、異業種、利用者から出てくる。

2. 産学連携における大学の知財の活用促進

(大学産学連携本部・TLO の役割)

- ・大学と企業とを上手くつなげるべく、産学連携本部とTLO(技術移転機関)の統合など制度の効率化が必要。
- ・各大学が自立できるような施策は何なのか、という視点が大事。
- ・産学連携の評価は、特許の出願件数などではなく、それにより生み出される製品・サービスの内容や売上げなどが重要。
- ・産学連携は、学のシーズが良いと決まっているということでスタートしたが、学のシーズが企業のニーズにマッチしているのかという、意識のギャップ以前の問題がある。
- ・技術移転を行う組織は全国で4~5個あればよく、それらが広域で大学を見るのが良い。一つの大学から出てくるシーズだけではポートフォリオを構築できない。

(中小企業等との連携)

- ・地方の大学と中小・ベンチャー企業が連携しやすい環境を整備すべき(研究開発助成の拡充、評価指標の見直し、共同研究契約の見直しなど)。
- ・大学から中小企業へ技術移転する際には、大学からの技術指導も含めた形のライセンスをすべき。中小企業に特許だけ渡しても実用化は難しい。
- ・地域の大学と地元の企業の組み合わせという発想は内向き。広く国内外の大学の技術を含めて考えるべき。

(共有特許)

- ・地方大学にはキラリと光る技術があるが、どうしても共願になって権利活用が難しい。交付金が減っており難しいところだが、単願にして権利状態をしっかりとらせる必要がある。
- ・共有特許を活用する場合、日本では共有者全員の承諾が必要になっており、見直しの検討をすべき。
- ・コンペティターに勝手にライセンスされると困るため、ライセンス許諾の際に共有者の同意を不要とする改正には反対。

(人財)

- ・大学の技術移転を担う人財は、きちんとマーケティングをしなければいけない。
- ・必要な人財は自ら走り回る人。技術に詳しくなくてもよいが、中小企業の経営者に論文や特許を見せてもわからないので、「この技術は何に使えるか」の話ができないといけない。
- ・産学連携には人が必要だが、雇用の安定がないと良い人財を確保できない。「産学連携難民」の受け皿をどうするかという問題。

3. 地方中小企業による知財の活用促進

(中小企業と知財)

- ・中小企業にとっては、知財の効果は、独占などではなく、従業員のモチベーションの向上や、取引先との関係性の改善である。
- ・大学や大企業の知財を活用するのは賛成だが、中小企業自身が所有する知財もプロモートすべき。
- ・中小企業に、特許料等を減免して出願を推奨するというのは違う。中小企業の経営者に、知財が事業にとって重要であることを理解してもらうことで、知財を取得するモチベーションを上げるのがあるべき姿。
- ・行政の予算で事業を行うと成功が前提になってしまい、うまくいかない。成功率は10%程度と想定すべき。最初から成功するベンチャーを見つけるのは無理なので、いろんな事業を行う中で、うまくいく事業を見つけていくしかない。

(知財総合支援窓口)

- ・知財総合支援窓口について、窓口人財の教育、担当者と地域の信金等との連携、企業OBの活用が重要。
- ・知財総合支援窓口では、経営的な判断ができる知財人員と弁理士を組み合わせ、優秀な弁理士が出願し、経営に詳しい方がそれを守っていくような支援体制が望ましい。

(金融機関)

- ・知財を活用した融資の取組については、大銀行ではなく、地元の中小企業に密着している銀行に働き掛けることが重要。

- ・信用金庫は、営業地域が限定されるので、その地域の企業がなくなれば信用金庫も共倒れになる運命共同体であるから、地域の活性化に真剣に取り組む。
- ・企業同士は牽制し合うが、ライバルにならない金融機関には企業はいろいろなことを話してくれるので、連携先の提案などをしやすい。
- ・マッチングが事業化に結びつくのは千三つだが、支援により信頼感が増すことが客にとっても金融機関にとっても効果が大い。
- ・マッチングは信用金庫が行うべき。企業活性化、地域活性化、融資拡大につながる。

(意匠、商標、地理的表示)

- ・中小企業は、特許だけでなく、商標権や意匠権も活用した総合的な知財戦略を考えるべき。
- ・地方では、農業や漁業に依存したところが多く、意匠や標章(商標)の活用などの知財意識が薄い。
- ・地理的表示保護制度は、質の悪いものについては行政が取り締まることができる。地理的表示保護制度を工業品にまで拡大することも検討すべき。
- ・地理的表示と地域団体商標について、海外戦略も念頭に置いて、制度の正しい知識、活用方法を迅速に伝えていくことが不可欠。

(その他)

- ・すべての地域を救うのではなく、対象となる地域を選定して集中的に行うべき。
- ・地方は首長の姿勢が重要。首長の姿勢で大勢が決まる。

以上