

2010年4月26日

知的財産による競争力強化・国際標準化専門調査会
(第7回) へのコメント

相澤英孝

1. 企業におけるブランド構築と知的財産権の活用

ブランドは毀損されやすく、ブランド・ビジネスを円滑に行うためには、知的財産権による保護が欠かせない。その中核となるものは、商標法、不正競争防止法であるが、商標及び商品等表示の保護をその識別力に限定する考え方も多い。ブランドでは、その持つイメージが重要なのであり、標識の持つイメージを保護することができるように、商標法及び不正競争防止法を見直すべきである。

ブランドの毀損は、偽ブランド品が社会に氾濫することによっても、生じうる。少なくとも、ブランド価値を有するような商品については、個人による所有をも制限するようなことも考えるべきである。

商標権、不正競争防止法上の権利の保護を十全なものとするために、不正な標識を付された商品等の廃棄はもとより、標識を付すために用意されていた商品等の廃棄、さらに、そのような商品の権利者への引渡を認めるべきである。

2. 海外特許出願比率について

グローバルな企業展開においても、日本市場の重要性を忘れてはならない。多国籍企業の利益は、そのまま日本の経済的利益に繋がるものではない。日本市場の軽視は、日本の空洞化にも結びつく虞がある。

出願比率というようなポートフォリオは、本来、それぞれの企業が、その経営上の判断に基づいて決定すべきものであり、政策指標にはなじまない。

海外におけるイノベーションのある日本発の事業の拡大ということを政策目標とするならば、単純に、海外における特許出願数の増加を目標とすることがよい。