

【出前型：知財セミナー】

これだけは言いたい

<https://www.ipma-japan.org/koredake.html>

この資料は、あることが「キッカケ」で作成しました。その「キッカケ」は、日本アイアール知的財産活用研究所（IPMA）の能書き「これだけは言いたい！」を読まれて、気になったというお客様からの声掛けでした。

“弊社の知財部メンバーを交えてディスカッションによる講演をお願いしたい”とのことで、目的は、社内の知財教育の在り方を模索することでした。

まずは、自分の考えを伝えて、ディスカッションするという段取りで進行了ました。取って頂いた時間は4時間でした。此处でお話した内容は、下記のとおりです。

【目次】

- I・「知財教育」が上手く行かない理由
- II・技術系新入社員が特許嫌いにならないための「知財教育」を目指す
- III・若手技術者（3～5年）への知財教育で興味を持たれた内容
- IV・知財部門の「業務改革」と知財マンの「意識改革」
- V・知財部門が目指す「働きかた改革」
- VI・世界へ「物・事・考え」を伝えるための、やさしい日本語表現
- VII・「IP ランドスケープ」とは一体、なんだ！

講演と言っても、資料（レジメ）も無く、まとまりも無く、自分の言いたいことだけを一方的に伝えるだけで、果たしてお役に立てることができたか、気になっております。お話しをした内容の簡単なフレーズやキーワードを書き出し記録メモとして整理をしました。（矢間伸次 2020年3月9日）

I・「知財教育」が上手く行かない理由

社内の知財研修は受講者への費用対効果が問われますが、周りの評価等は気にせず、実行することが先決です。但し知財教育の定番コンテンツは、「面白くない、つまらない、役に立ちそうもない」ということで、敬遠される傾向にあるのが悩ましいです。

しかし、この課題は知財教育担当者の考え方、工夫次第で解決することができます。まずは、知財教育の現状を分析すること、次は目的と期待する効果を明確にすることです。

例えば、自分が学びたい講座へアクセスして、自由に学べる知財教育基盤(E-ラーニング等)を整えることも一つの方法だと思います。

社内の知財教育が上手く行かない理由

1. 知財に対する興味への温度差が大きく受講者の視点合わせが悩ましい
2. 知財を学ぶといっても、学ぶべき領域が多岐にわたり勉強方法が分からない
3. それぞれ「コア」の専門書は沢山あるが、難しい説明文で馴染めない
4. 社内研修を開催しても忙しいなどの理由で、参加者が少なく日程調整が大変
5. 外部研修に参加を促すとしても、日程と人選が悩ましく費用対効果も不明
6. 紋切り型の研修は単なる知識の押し付けで自分たちの実務と結び付き難い
7. 知りたいことが具体的で、かつ明確であればネットで調べれば解決可能
8. 単なる知識の吸収でなく、自分たちの創造活動に役立つ研修が少ない
9. 社内研修を開催しても、その後のフォローが出来ない、継続できない
10. 社内研修を開催したという単なる「アリバイづくり」にもなり兼ねない

「教える」のではなく「伝える」ことが大事

1. 専門用語は使わず、「分かりやすく、分かりやすく」解説する。
2. 難しい話も様々な切り口から「優しく、優しく」語る。
3. 何かしらの「**気づき**」が生まれる解説を心がける。
4. 受講対象は、初めて知財を学ぶ人、知財業務(実務)を学びたい人、創造力を鍛えたい人、**自分の頭で物事を考える習慣を身につけたい人**など、幅広いことを忘れない。

知財教育は、なぜ難しいのか

1. **知的財産に興味がある人、そうでない人の温度差が大きい。**
 - ・全ての人に同じやり方は通用しない、
 - ・従来の画一的(紋切り型)な内容では役に立たない、
 - ・興味ない人に無理強いをしないこと。
2. **知財教育は、「スター技術者」を発掘・支援する為に行う、と割り切る。**
 - ・「スター技術者」の周りには、優秀な技術者が集まり強いプロジェクトが作れる。
 - ・「スター技術者」への知財支援を惜しみなく行うこと。
 - ・若手技術者は、知財力の高い「スター技術者」を目指す。
3. **その他:**
 - ①. 技術者たちの潜在力を引き出すには間口を広くしておく。
 - : ②. 自分に必要なカリキュラムを選べる環境を整えておく。
 - : ③. 初めは平等で、後は公平にスキルアップの機会を与える。

これだけは、声を大にして言いたい！

社員教育の目的は大きく二つある。一つは、やる気のある人への支援。

二つ目はやる気はないが、とりあえず平等に機会を与えるというアリ

バイ作り。やる気のある人とは問題意識の高い技術者のことで知財ス

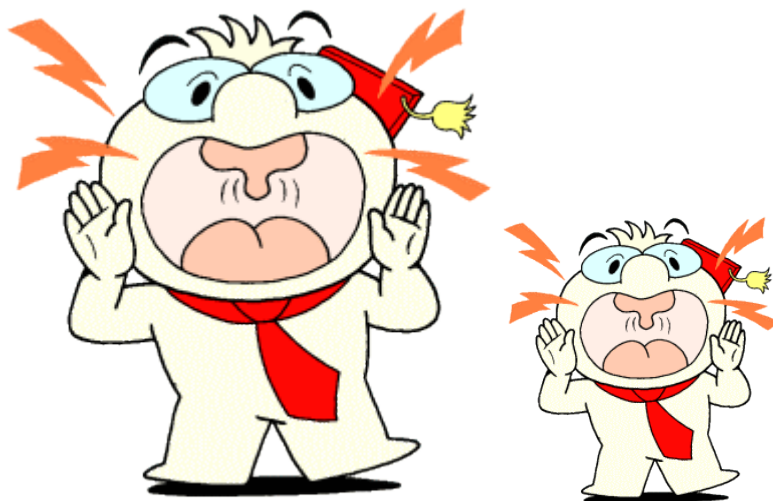
タッフにも同じことが言える。問題意識の高い技術者は、自ら課題を

見つけ、その課題を論理的に思考力で解決することができる。すなわ

ち発明能力が高い。詰まるところ知財力を高める、高めない、あるい

は知財力を武器として自分の価値を上げる、下げるは自己責任である。

(発明くん)



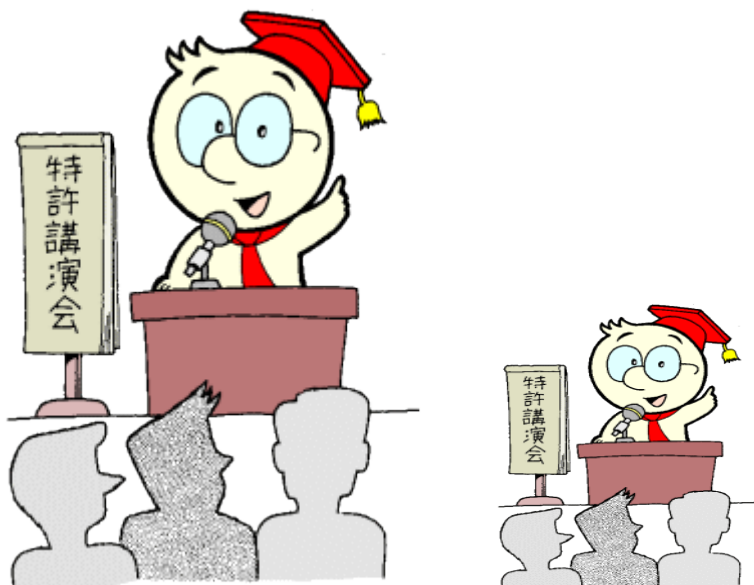
Ⅱ・技術系新入社員が特許嫌いにならない「知財教育」を目指す

話の内容で最も神経を使ったことは、次の3点です

- 1.彼ら技術系新入社員が特許嫌いにならないこと、
 - 2.特許マインドを上げること、
 - 3.難しいことを、易しく、易しいことは、更に易しく、優しい心で向き合うことです。
- 例えば「発明とは自然法則を利用した技術思想の・・・云々といった、この類の内容は、初めて特許を学ぶ人には馴染み難いと思うので省略しております。

伝えたいことは、これだけです！

- 1.特許とは、会社の持続発展を可能にする知的財産(知的資産)の一つです。
- 2.つまり、特許とは会社が「儲かる」ためにあるのです。
- 3.その特許と関わることで技術者の発明能力が向上します。
- 4.これは嘘ではありません！本当の話です。
- 5.特許とは知財部の為に在るのではなく、技術者の為にあるのです！

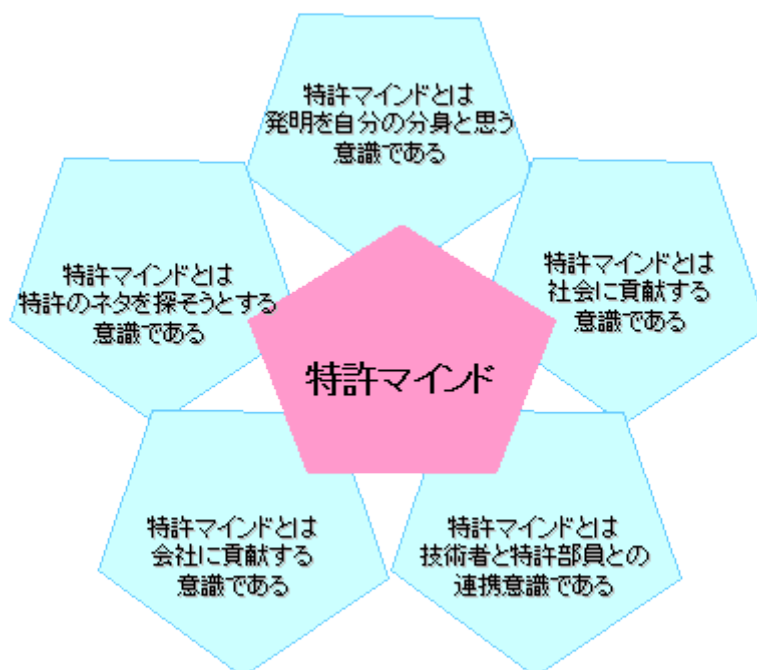


技術者の特許マインドを高める

特許マインドとは

- ・発明を自分の分身と思う意識、
- ・特許のネタを探そうとする意識です。
- ・特許で社会や会社に貢献する意識、
- ・知財部員と技術者と連携する意識です。

“発明はするもの、特許は探すもの！”

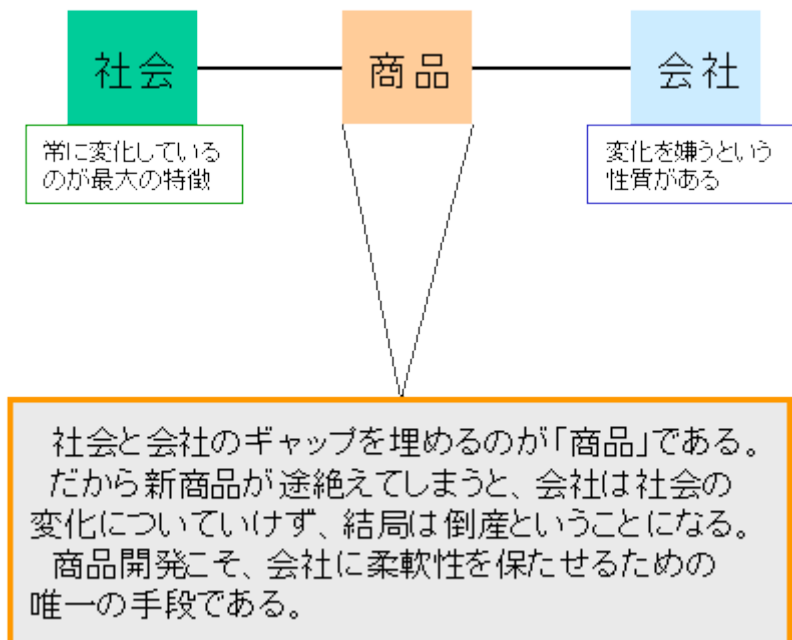


弁理士 嶋 宣之

変わらない組織と会社を変えるには

- ・社会が変われば会社経営も変わる、しかし変わらないのが人の意識です。
- ・「新商品・新技術」の開発は、社会の変化と変わらない会社のギャップを埋めます。
- ・新商品・新技術の開発こそ、変わらない組織や会社を変える手っ取り早い方法です。

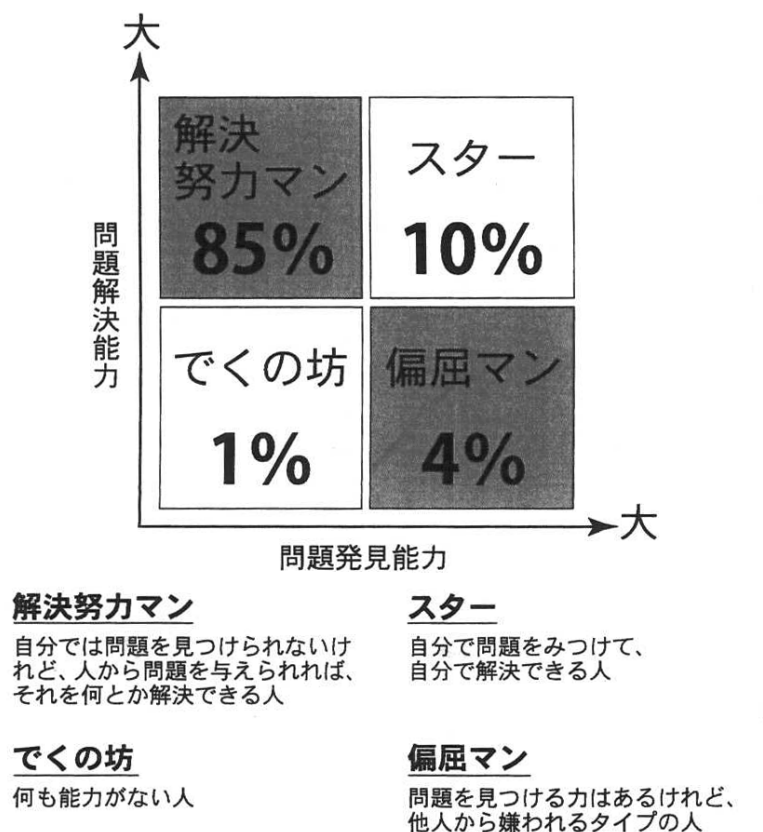
“会社を元気にするのは、あなた方、技術者たちです”！



弁理士 嶋 宣之

スター技術者を目指そう！

- ・ スター技術者になれば、応援する人たちが回りに集まります。
- ・ 若手技術者（後輩）達の目標にもなれます。
- ・ 「スター技術者」には優秀な技術者達を引き寄せる「磁力」があります。



弁理士 嶋 宣之

スター技術者は情報力が高い

- ・様々な人との付き合いが筋の良い研究開発テーマに出会う機会を増やします。
- ・様々な情報が集まり、話が盛り上がり、「発想・視点」の転換が促されます。
- ・創造力が豊になり、クリエイティブな仕事が楽しめるようになります。

★会社から必要とされる人財となれば、リストラとは無縁です。



スター技術者は知財力が高い

- ・知財部もスター技術者への支援は惜しみません。
- ・支援が技術者の知財力を高め、お互いがウインウインの良き関係になれます。
- ・とにかく知財部から「えこひいき」された方が得です。

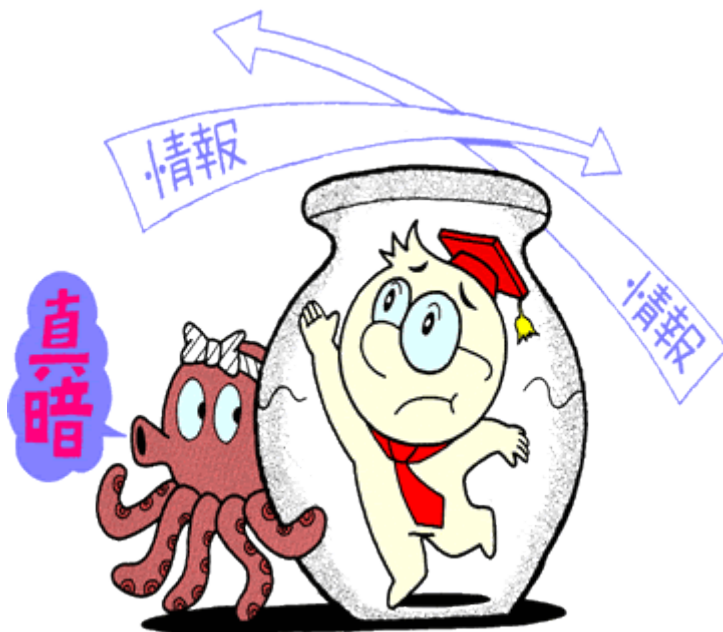
★この関係が、結果的に良い発明作りに繋がります



Ⅲ・若手技術者(3～5年)の 知財教育で興味を持たれた内容

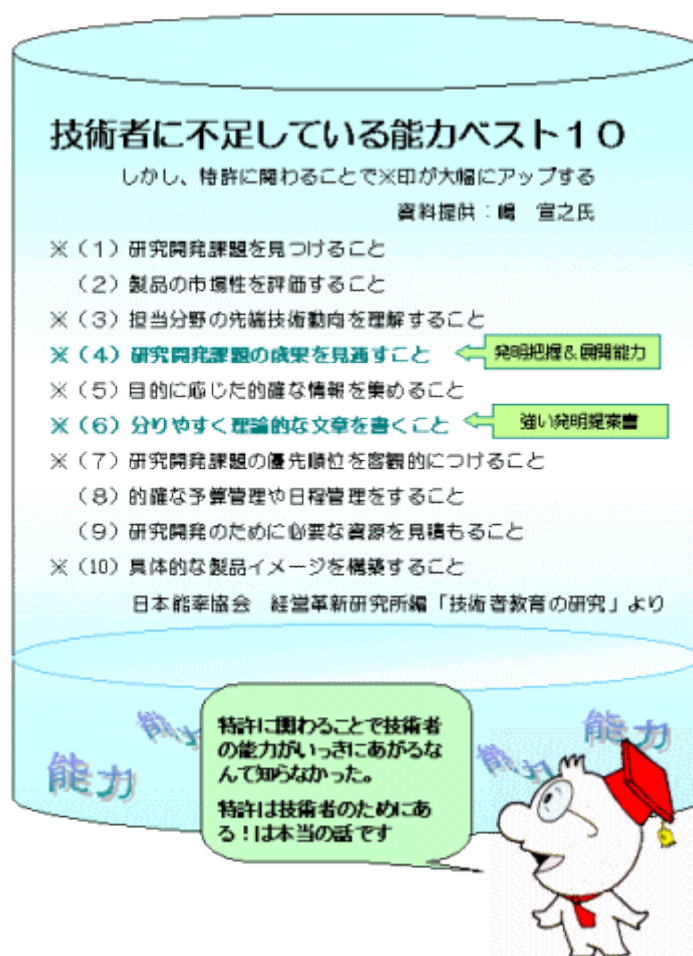
1. 社会の変化と共に何もかもが変わる。

- ・世の中が変われば、会社経営も変わる。しかし！
- ・中々変わらないのが社員（人）の意識、だから会社が変われない。
- ・蛸壺から出られない危険な「同質化集団」になっていないか。
同質の素晴らしい問題に気付かない→そんなこと当たり前
異質の素晴らしい問題を否定する→そんなことできない
- ・「2・8の法則」：蟻の世界と変わらぬ人間の習性について。
問題意識を持ち続ける人と、思考が停止している人の2極化が進む。



2. 技術開発技術者に求められていることは、

- ・ 技術者に不足していると言われる「能力ベストテン」を克服する。
- ・ 知識・知恵・創造力を共有し強化して伝承させる「知的基盤」を構築する。
- ・ 発明を計画的に生み出せる「知的生産技術」を身に付ける。



- ・「大才 中才 小才」: 人のお付き合いを大切に（柳生家の家訓より）

「小才」は、縁に出会っても縁に気づかず、「中才」は、縁に気づいても縁を生かさず、「大才」は、袖擦りあう縁も生かす。

- ・「技術テーマとの出会い」（嶋さんのひとくちメモより）

大才→平凡なことから、大発明のヒントを掴む、中才→素晴らしいテーマに気づいても、それを生かさず、小才→素晴らしいテーマに出会っても、それに気づかず。

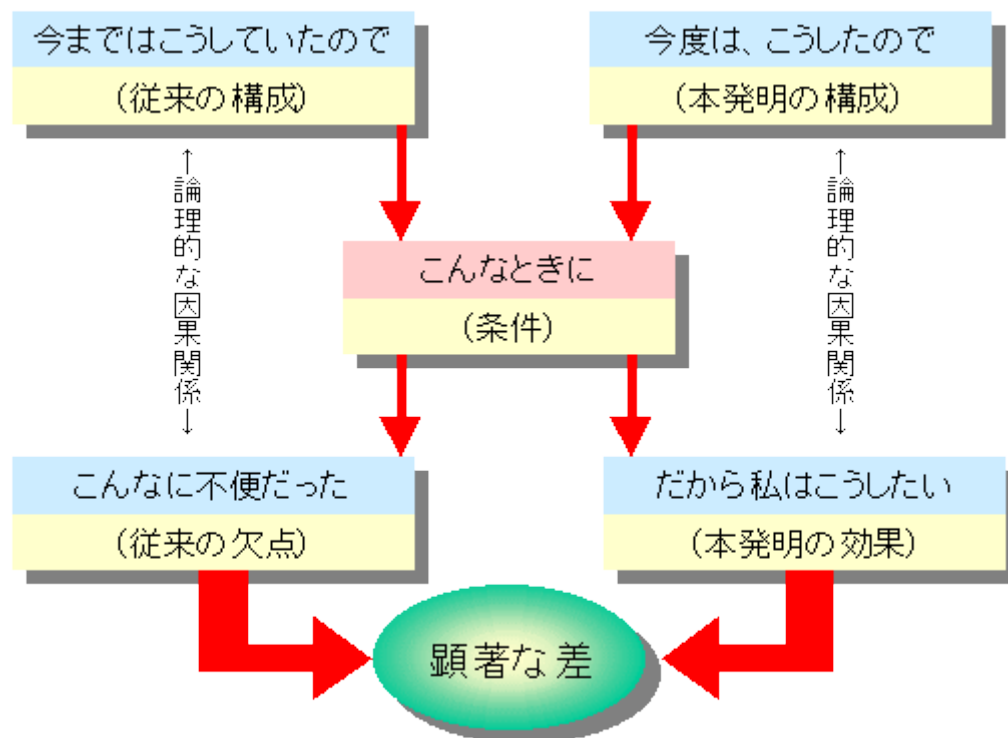
- ・何事も面白いがる感性豊かな遊び心を持った「T 型人間」になろう！

情報を「整理・加工」して知識を知恵に変える事ができる「デジアナ人間」にも成れる。



3. 発明提案書の作成能力を鍛える。

- ・ 発明提案書は、発明者にとって自己主張、自己表現（アピール）の場である。
- ・ 発明提案書の作成は、課題を見つけ、課題を解決する能力が向上する。
- ・ 発明提案書を作ることで論理力と文章力が身に付く。
- ・ アイデアを発明に、発明を特許にするプロセスが身に付く。
- ・ 特許明細書の文書構成が理解でき、難しくないことがわかる。



弁理士 嶋 宣之

IV・「知財部門」の業務改革と 「知財マン」の意識改革

知財部門に求められる役割

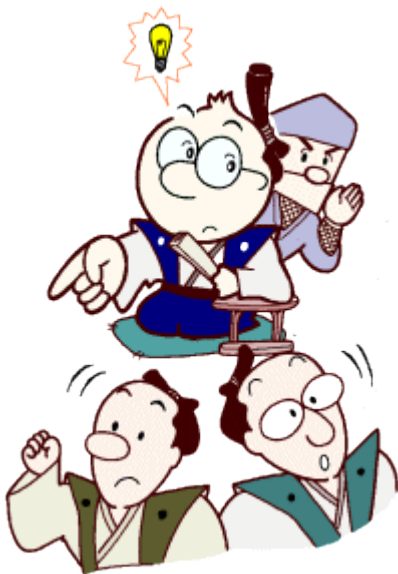
- ・ 会社の持続的発展を可能にする「知財経営」の実践
どちらが先か、知財部門が変わらなければ知財マンも変わらない。
- ・ 「グローバル知財」への対応を間違えない
出願、調査、保護、活用、契約、係争など。
- ・ 知財部門は「サービス業」である！という意識を持つ
人が抱えている課題を手助けし、感謝され成果を出すのがサービス業。
- ・ 「知財ありき」でなく、ビジネス視点での「知財戦略」を策定。
特許出願件数の多さと会社の業績は必ずしも結び付いていない。
このままでは、知財部さんは何をしているの？と言われかねない。



「知財戦略」の立案と策定

「知財戦略」とは一体、なんだ！

- ・ 知財戦略とは普遍性があるものでなく極めて抽象的なもの、
- ・ 知財戦略には用意された答えがない、自ら見つけ出すもの、
- ・ 会社の規模、事業分野、事業形態（見込み型と受注型）で違うのは当然、
- ・ 物事を具体化して行くには、まず抽象概念の中から、
- ・ 共通する事項を取り出して基本を知る。
- ・ 抽象度を高めながら具体化していく作業がポイント、
- ・ 知財戦略の策定に必要な能力は、知財に関する基礎知識、応用力、論理力、
- ・ 知財戦略策定に役立つマニュアルは無い！各社独自のものである。



「知財戦略」策定の構成要件

「知財戦略」が無ければ「知財経営」は成り立たない

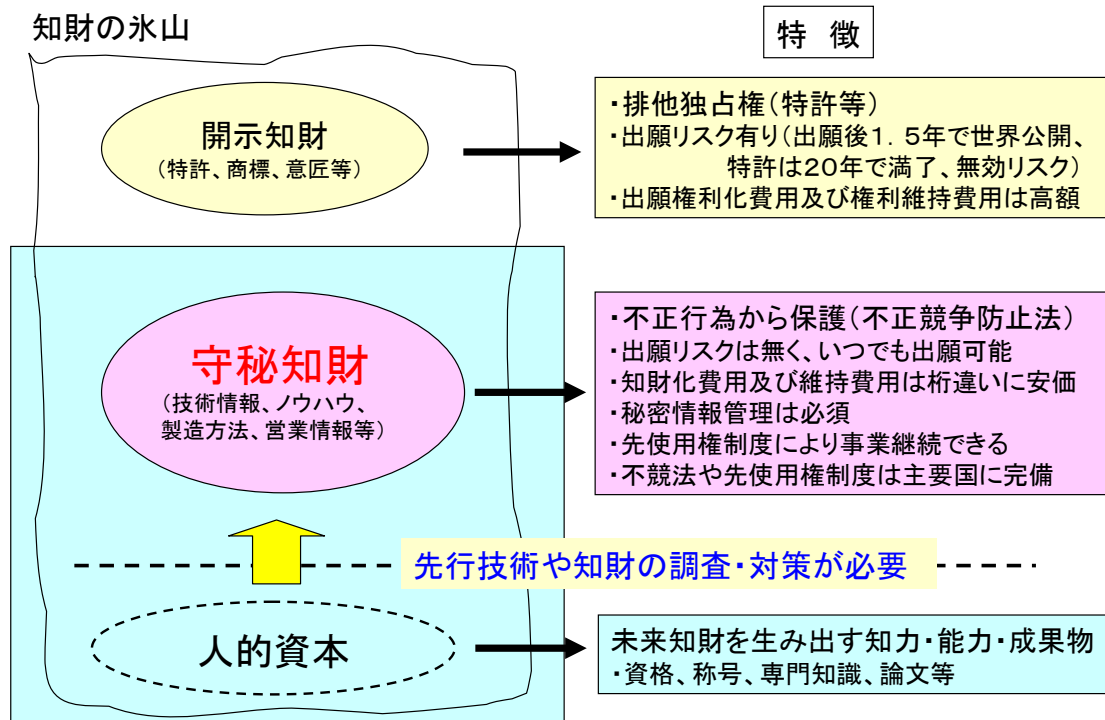
—以下の戦略が組み合わされて「知財戦略」が立案される—

- ・ 知的財産の出願戦略：
最近増えている、ネットワークコンピューティング技術の領域は広く、特許だけで保護することは難しい。実用新案、意匠、商標、著作権を含めた総合力で対応する時代、更に先使用权、不正競争防止法などの使い方も重要となる。
- ・ 知的財産の調査戦略：戦略を立て、調査を進めないと「情報漂流」する。
- ・ 知的財産の管理戦略：運用、保護、活用等のマネジメントマニュアル。
- ・ 知的財産の契約戦略：ライセンス、共同開発、褒章等多種多様におよぶ。

IPI 2015

© S.Tamai

知財(利益の源泉)には2種類ある: **守秘知財の重要性**



例えば「出願戦略」について

発明が生まれる源流に焦点を当てることで、具体的に見えてくる

- ・ 社内知財を「開示知財（オープン）」と「守秘知財（クローズ）」に仕分ける。
そして、新しく生まれる発明技術（基礎技術、導入技術、応用技術、用途技術、改良技術、製造技術など）の役割と目的を明確にして仕分ける。
- ・ 会社や家庭でのゴミ出しと同じで、源流で分別して出す。
例えば可燃、不燃、資源。（プラゴミ、金属（アルミ缶）、ガラス（瓶）など）に分けることで現場での仕事効率が格段と良くなる。ゴチャ混ぜは、仕分けの人手、仕分け装置のといったお金が余計にかかる。
- ・ 例えば技術提携、ライセンス供与、技術移転が目的であれば、
その特許出願明細書は「事業計画書」の役割を担う内容で作成する。



例えば「契約戦略」について

知財契約業務は、法律業務と文書業務の合体

—それらの必要事項を正確に学び正しく理解することが基本である—

営業秘密を含めて企業秘密契約、ノウハウ開示契約、共同出願契約と滝に及ぶが、基本は交渉力（知財契約業務は相手が在る）。交渉力に必要なスキルは？

- ・コミュニケーション力と状況の判断力、
- ・抽象度を高めながら具体化させていく応用力、思考力、論理力
- ・応用問題を解きながら分析を重ね「契約戦略」を組み立てる創造力（想像力）
- ・知財契約業務は、「基本、応用、戦略」が揃ってこそ完結できる、
- ・基本がなければ始まらない、応用がなければ組立たない、戦略がなければ成り立たない。



グローバル知財で求められる能力

https://www.ipma-japan.org/elearn/e-learn_6-04/index.htm

グローバル知財で活躍ができる「知財マン」に求められる能力

- ・ 必要情報を収集して分析する情報力、
- ・ 考えを整理できる論理力と思考力、
- ・ 技術への理解力と知財づくりの応用力、
- ・ 何かを生み出す独創力、創造力、想像力、
- ・ 人とコミュニケーションが取れる対話力と人間力、
- ・ 文書の作成能力と文書の読解力、
- ・ 情報感度を高める五感力、
- ・ 情報から「物・事」の本質を見抜く力、
- ・ 五感を鍛え、遊び心を持ち、現場力を鍛える。真実は現場にある。



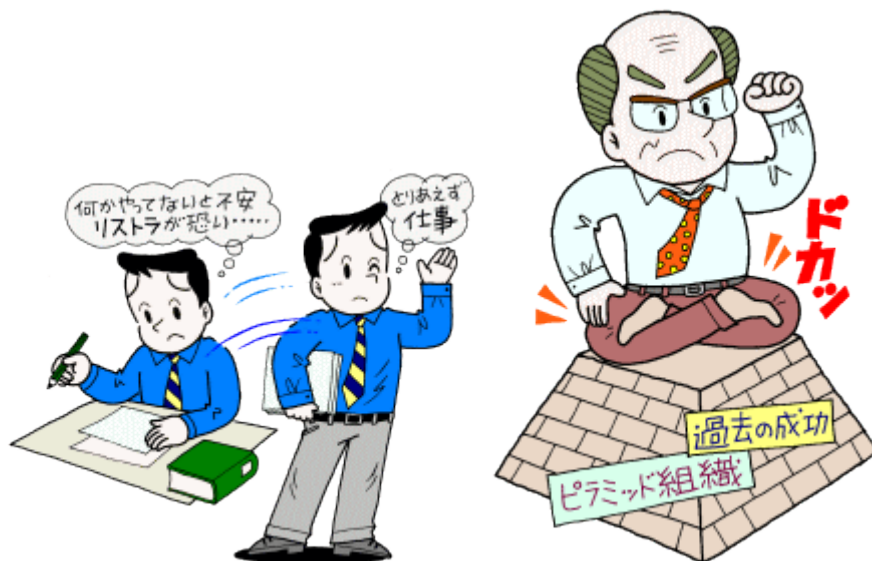
V・「知財部門」が目指す「働き方改革」

「働き方改革は」知財部門にとって良いチャンスである

<https://www.ipma-japan.org/chizai-kaikaku.html>

能書き：

『社員は、働き方改革でストレス、疲れをためずに規則正しい生活をし、良い睡眠をとれば交感神経が緩み身体の免疫が増える。心身とも健康であることが仕事の質を高め、周りからの期待も膨らみ、そして喜ばれる。この循環が結果的に会社への貢献につながる。知財経営の重要性が増すにつれて、人間だけしかできない「思考」「判断」「評価」といった仕事を楽しみ考え抜くことで、新しい価値観を見出すことができる。自身の働き方も変わるはず。』



「R&D 部門」 への知財支援

R&D 部門への知財支援が双方の働き方を変え、効率が上がる

- ① 的確な発明支援（発明発掘等）が筋の良い研究テーマの発掘へつながる。
- ② 自分のアイデアを発明に、発明を特許にするプロセスが身に付く。
- ③ 知財の安全を自らが確認する。
- ④ 自社事業の優位性の確保を自らが意識する。
- ⑤ 即ち、自由に研究開発ができる技術領域の確保で知財係争が減る。
- ⑥ 質の良い、発明提案書が届けられ、強い特許明細書作りへ繋がる。
- ⑦ 無駄な特許出願が減る。無駄な仕事も減る。無駄なコストも削減できる。
- ⑧ 仕事の進め方が変わり、仕事の能率が良くなり生産アップへつながる。
- ⑨ 働き方改革を成功させるには源流から見直すのが早道である。

これからは、生まれた発明をしっかりとした発明に育て上げることはもちろん、どうしたら強い特許につながる発明を生み出せるかを考えなければなりません。

着眼点を特許の源泉である発明へシフトすること、意欲的な発明者として「発明生産計画」を達成することが、これからの知財部の使命です。



「経営上層部」への知財支援

事業責任者（経営上層部）への知財支援が

双方の働き方を変え、会社の持続的発展を可能にする。

- ① 的確な支援（情報提供）が、自社事業の「事業戦略立案」に役立つ。
- ② これが、「経営開発情報」で、いま知財部門へ求められている「IP ランド
スケープ」である。
- ③ 会社の情報参謀役として必要とされ信頼される。
- ④ 「IP ランドスケープ思考」の導入が全社的に進む。
- ⑤ 知財部門が活性化され、知財マンのやる気へ繋がる。

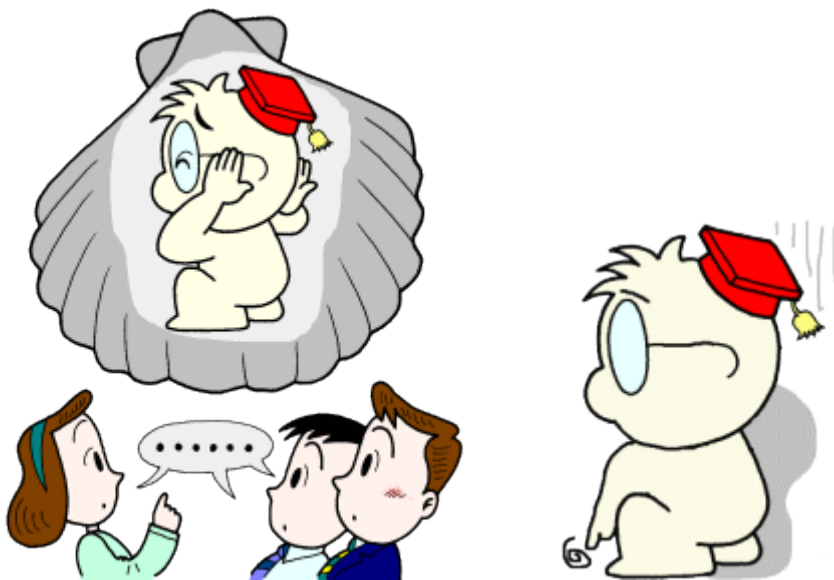


「知財部門」の働き方改革（1）

知財部門の働き方を自ら変えていく勇気を持つ

—知財教育を継続させることで—

- ① 知的財産に関する基礎知識を関係者が学ぶ場が作れる。
 - ・基礎知識があれば、話は直ぐに通じ、議論が活発になり新しい知恵が出る。
- ② 知財力の高いスター技術者を発掘し、知財活動を支援する。
 - ・スター技術者を核に強い研究開発プロジェクトチームを作る。
 - ・R&D 部門が活性化され研究開発技術者の底上げにつながる。裾野が広い「課題解決努力マン」の底上げに繋がり会社全体が強くなれる。



“知財の話は聞きたくない”では困りますね

「知財部門」の働き方改革（2）

世界で通用する「知財文書」を作る。

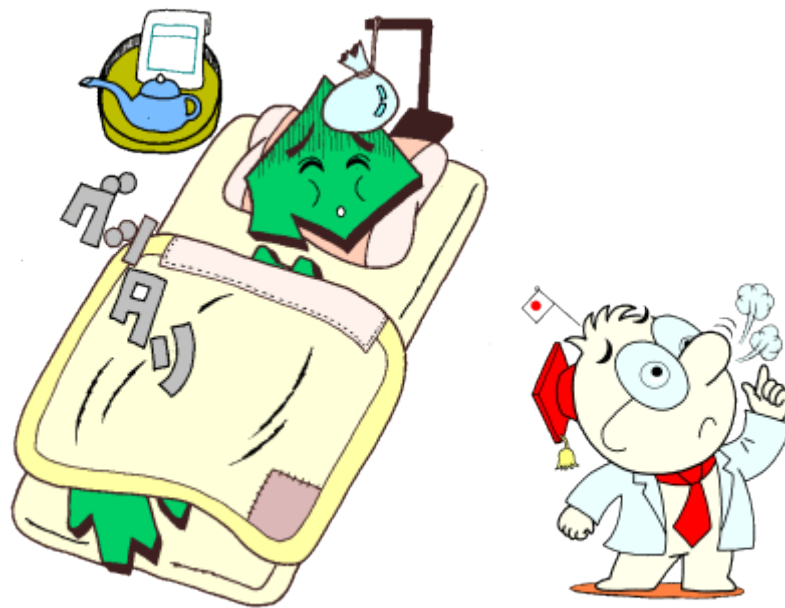
① 「IP 戦争とは、つまるところ言葉の戦いである。」

- ・ 世界で戦える、共生が出来る強い特許明細書を作成する。
- ・ 世界共通の「基準・規準特許出願明細書」を作成する。
- ・ 外国出願に要する費用（翻訳、チェック、OA 対応）を削減する。

英語を公用語にしている外国企業（特にアメリカ様）と比べ、スタート時点からコスト、品質、人的負担で大きなハンデを抱えている。

② ガラパコス化した「日本知財村」を開放する

- ・ 「日本知財村」変えねば、世界で通用しない。
- ・ 知財立国日本、立社の実現は、極めて難しい。
- ・ 現状では世界で、戦えないだけでなく共生も難しく取り残される。



「知財部門」の働き方改革（3）

翻訳ソフトが使える「普遍的な」日本語表現を意識する

- ・ 知財文書の品質を向上させることで知財部門の仕事効率が向上する。
- ・ これからも増え続ける外国出願費用が劇的に削減される。
- ・ 翻訳チェック、中間処理対応業務等の作業効率が向上する。
- ・ AI との共存ができる「知財部門」と「知財人材」に成れる。



VI・世界へ「物・事・考え」を伝える為の やさしい日本語表現

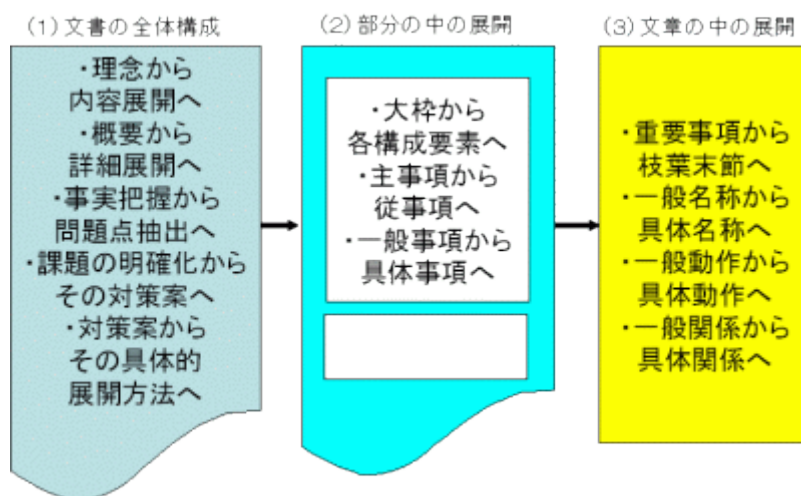
<https://www.ipma-japan.org/chizai-yasashii nihongo.html>

このテーマは、自分のライフワークとして取り組んでいます。

『「平明日本語運動」が必要』

知財業界にも必要な「やさしい日本語表現」

- ・技術文章は文化色を出来るだけ排した文明の言語（文明日本語）で書く。
- ・「英・米」でも続けられている「平明英語運動」。
- ・主語も無く、係り受けが不明な「曖昧日本語」の弊害。
- ・朝日新聞記事の紹介：オリンピック、災害、観光での在日外国人への伝え方。



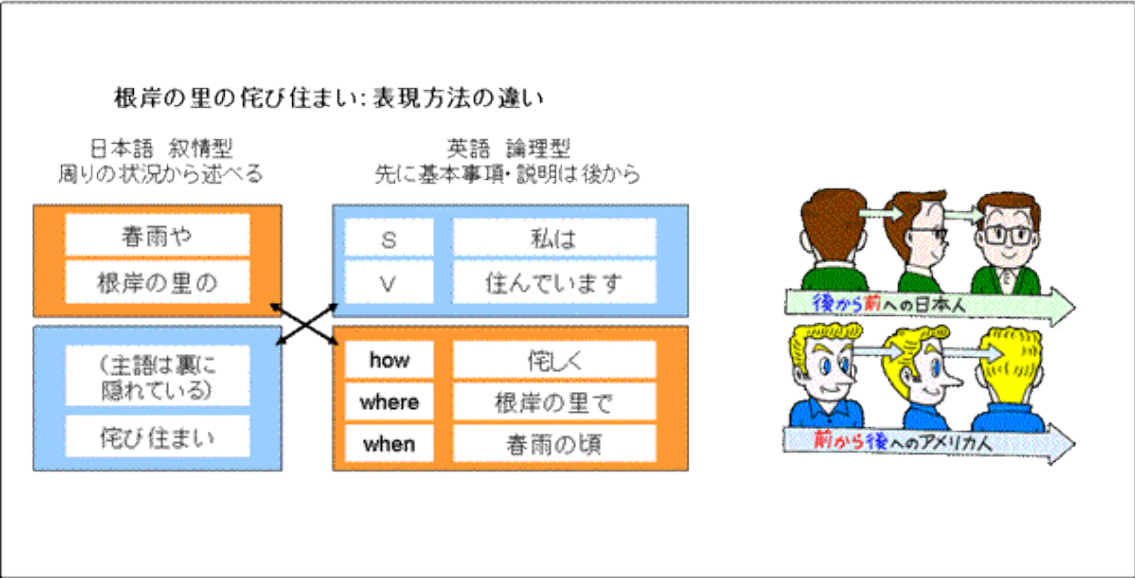
『 虚しい「日⇄日翻訳」 』

翻訳ソフトの支援を受けながら翻訳できる日本語を書く

★身近な例として、

- ・ 米国のお孫さんと英語メールで、やり取りする日本のお爺ちゃんの話。
 スマホに常駐している 1) Google 翻訳（過去に翻訳した履歴が残る）と 2) ネットの Google 翻訳を使う。1) で日本語を作成して英語に翻訳し、その英文をコピーして 2) のネット翻訳にかけて日本語に翻訳する。変な日本語がでてくるので、再び 1) に戻り日本語を修正する。このように 2 つの google 翻訳を行ったり来たりで英文を作る。
- ・ 平明日本語で、海外弁理士とやり取り出来るようになった日本弁理士の話。
- ・ (旧) 満州旅行で、「日⇄中翻訳」が上手く使えなかった話と使えた話。
- ・ 話はあっちこっちに飛ぶが、それが通じるおばちゃん達の凄まじい茶飲み会。
 亡くなったのは主人の母か、それとも主人の母が亡くなったのか、どちらだ？
- ・ 他、いろいろ。

表現方法の違いを知るだけでも上達する



文学の世界でも進められている「やさしい日本語運動」

- ・村上春樹・柴田元喜の書籍：翻訳の本当の話をしよう

村上春樹さんの書籍が世界で読まれるのは、普遍的な日本語表現に注力しているからだ。

- ・井上ひさし（故人）の書籍：日本語教室

木下是雄先生の特論を紹介→技術論文が書けない学生は、日本語が書けないからだ。

日本語が書けないと英語は書けない。

- ・川端康成（美しい日本の中の自分）&大江健三郎（曖昧な日本の私）
- ・大江健三郎・柄谷行人 全対話：世界と日本と日本人
- ・夏目漱石「吾輩は猫である」：なかなか意味深長だ、難解は尊し？他いろいろ

K n u t h 教授の英作文指導より

スタンフォード大学計算機科学科

Try to make sentences easily comprehensible from left to right

米国の大学では徹底した指導によって、結論・判断が先行（主節）、具体的な説明は後続（従節）という論理的な学術文体を習得させている。論理的思考でもって文書化することがグローバル社会における特許世界ではきわめて重要である。日本人はこの論的思考による文書作成や表現能力が極めて低く、これからのIP戦争に勝ち抜くことを難しくしている

日本の技術者はグローバル社会に適用する論理的思考をまず鍛えることが先決である。日本は国を挙げて知的財産立国を目指しているが、この問題を解決しない限り、それは「絵に書いた餅」になる。



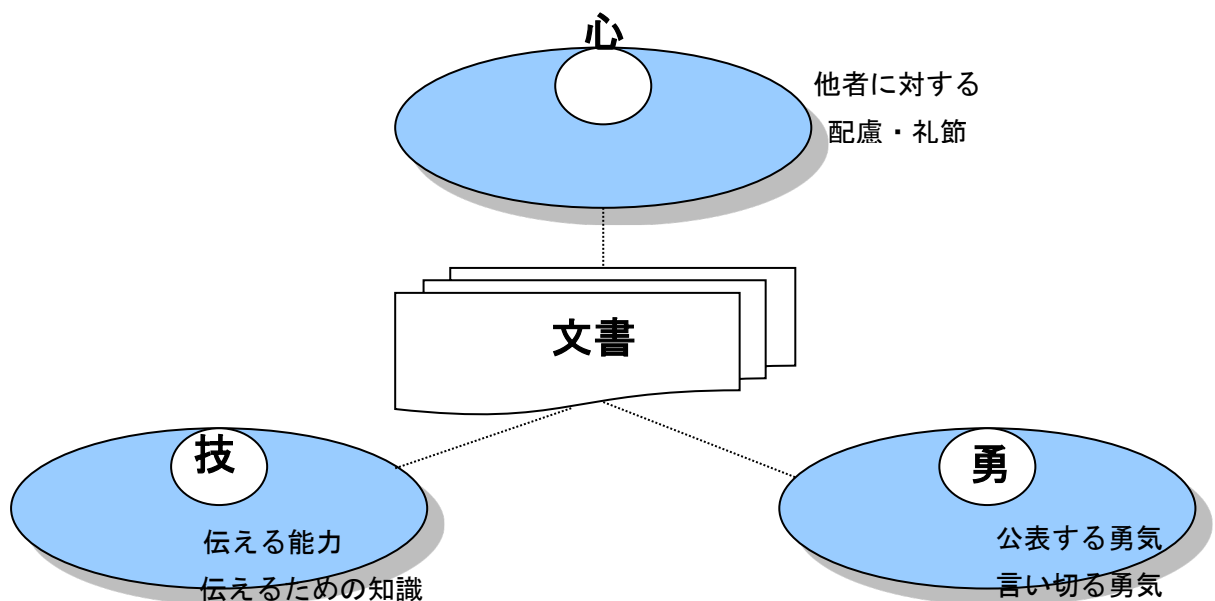
『 文書作成に必要な「心・技・勇」』

理解して頂こうという「優しい心、技術（知性）、勇気」、

- ・ 文章はなるべく短くする：長文は悪文、係り受けの不明は誤解を招く。
- ・ 文章に流れを持たせる：「くどい、しつこい」はゴミ貯めと同じである。
- ・ どちらとでも解釈できる曖昧（多義的）文章は世界では受け入れられない。
- ・ 世界へ誤解無く伝えるには、明確に解釈できる「一義的文章」にする。
- ・ 技術の説明は「文明言語」での記述であるから、情緒的な文才は必要ない。
- ・ 動詞を意識し主語を明確にする。「何を、どこに、何する」などを意識する。



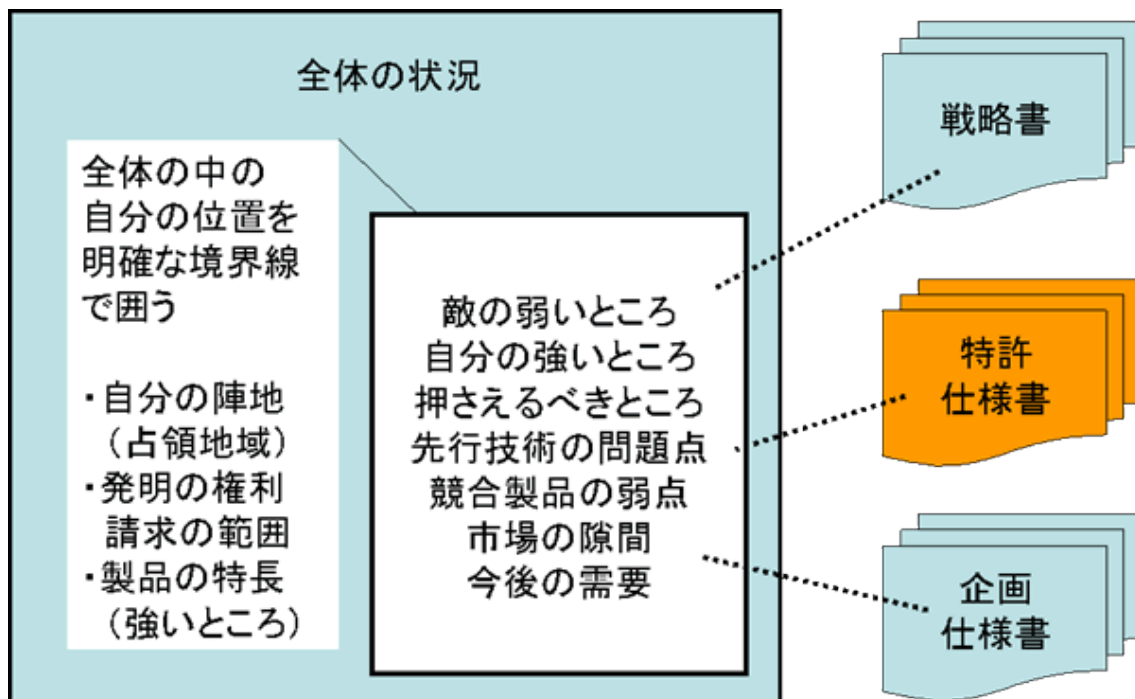
文書を作成する目的は書かれている内容を受け手（読者）に理解してもらうことにある。そのためには下図のように「心・技・勇」の3要素が欠かせない。



日本の半導体事業は、なぜ負けた

「物・事・考え」を論理的に展開（説明）するのが苦手

- ・ 日本が強い、メモリーチップの命は、書き込みと読み出しの速度である。
- ・ このような単純仕事の「設計仕様書」であれば、日本人技術者は書ける。
- ・ マイクロプロセッサは司令塔で、周りの全ての存在を関連付ける必要がある。
- ・ 何百ページに及ぶ様な「設計仕様書」を書ける日本人技術者は多く居ない。
- ・ このことがインテル社、AMD社に後れを取った理由ではなかろうか。
- ・ 大学で技術論文の書き方を、しっかり教えないと、この問題は解決しない。



VII・いま、知財業界で注目されている 「IP ランドスケープ」とは、一体なんだ

https://www.ipma-japan.org/IP_landscape/IP1_h1.html

『 事業の「再編・統合」は避けられない』

第4次産業革命を迎えて：これまでの自社事業が成り立たない。

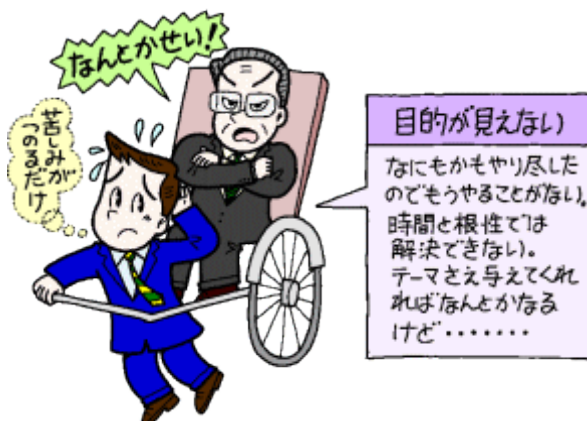
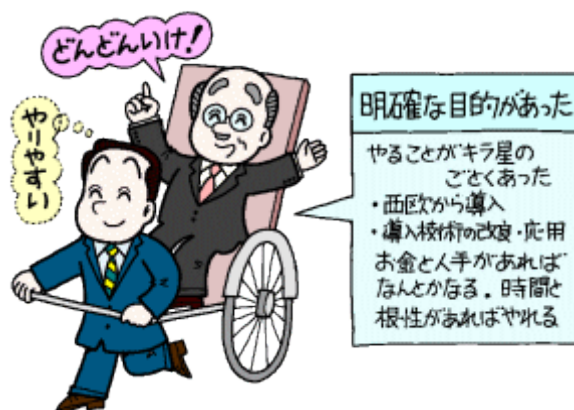
- ・ 情報の使い方は、時代と共に変わる。
- ・ 情報は経営資源である：1970年代のアメリカレポートを参考にする。
- ・ これからの時代、事業の統合・再編は避けられず M&A や提携が活発になる。
- ・ 会社の持続的発展を担うに必要な情報が「経営開発情報」である。
- ・ 過去の時代背景を検証して、同じ轍を踏まないようにする。



『「黎明・成長期」の時代背景』

「高度経済成長期」を支えた本邦初製品

- ・ 技術導入の時代は、キャッチアップ方式で成功してきた。
- ・ 「黎明・成長期」における知財戦略は「談合特許」の時代で質より量であった。
- ・ 研究開発テーマには困らない「いけいけ、どんどん」の良き時代であった。
- ・ R&D 体制は「調査研究」よりも「実験研究」が優先された。
- ・ 「調査研究」は、調査目的が明確な課題を解決する為の「目的調査」であった。

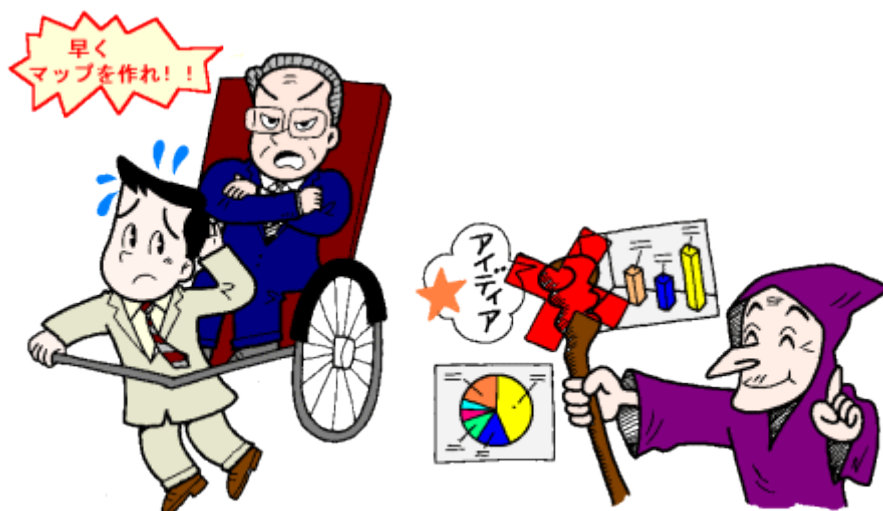


『「成熟・衰退期」の時代背景

日本企業の、研究開発力（R&D）が弱まった時代

発想、あるいは視点の転換期でもあった。

- ・ 筋の良い研究テーマの探索が出来ず筋の悪い研究テーマばかりが集まった。
- ・ その理由は、R&D 部門の「知的基盤」を構築しなかったからである。
「実験研究」をやる前に「調査研究」をやる社内文化が育たなかった。
技術者は新しい「ネタ」を探索する調査、即ち「探索調査」を行う発想がなかった。
- ・ 研究テーマの探索にパテントマップが注目されたが、魔法の杖ではなかった。
パテントマップさえ作れば美味しいネタが見つかるのは幻想であった。
統計処理型マップは、大まかな流れや動向は見て摂れるが具体的な行動は取れない。



『「第3次産業革命」の時代背景』

人と人のネットワークコミュニケーション技術の「黎明・成長期」

- ・ 米国のプロパテント政策：1985年にヤングレポートが採択された。
メイドインアメリカのレポート（マサチューセッツ工科大学）は、葬られた。
- ・ 米国の強い分野に特許を与え、ロイヤリティ収入を得る戦略へ転換した。
IT技術を使ったビジネスのやり方、ソフトウェア、バイオ分野の拡大へシフトした。
「ビジネスモデル特許」が生まれ、パテントホールディング会社も現れた。
- ・ メイドインジャパンの部品は、アナログ技術からデジタル技術へ進化した。
新市場の開拓と製造コストの削減を求めて発展途上国へ工場進出した。模倣品被害も受けた。日本が誇る「小型、高機能、高品質」の製品と製造技術の危機を招いた。
- ・ 日本は、ドライコミュニケーション技術の進歩に、遅れをとった。その理由は、
米国は領土が広く人種のるつぼとも言われ、お互いのコミュニケーションが取れる共通語を必要とした。その言語は英語が適している。



『「第4次産業革命」の時代背景』

物と物をつなぐ「インダストリアルインターネット」

① コンシューマインターネット：

グーグル、アマゾン、フェイスブック、アップルの成功に倣って製造世界も追従する。

② プラットフォームビジネス：

ビッグデータの解析、機械学習、自社製品の状態監視、遠隔保守を目的とする。更にユーザーインターフェイスの改善と標準化を進めることで世界との境界が無くなる。

(*) 米国ではGE社の「Predix Cloud2015」が知られている。日本では小松製作所の「コムトラックス」が知られている。

(*) プラットフォームビジネスでの商取引は、お上（運営者）が決めた仕様（ユニット商品、パーツ、部材など）で納品し、価格も決められる。例えば、複雑な飛行機部品でもデータが在れば金属成形3Dプリンターで作れる時代である。



『インダストリアル 4.0』

ドイツ政府の「インダストリアル 4.0」

- ・ インダストリアルインターネットと供する存在でなく補完する関係である。
- ・ お互いの共通領域を「進化・融合」させて行くシステム作りである。
- ・ スマート工場における「生産・製造」のプロセスを基本な焦点分野とする。
- ・ サプライチェーン協働や製造の自動化を実現させる技術、即ち「IoT」である。

参考)：安川電機、三菱電機など主要メーカ（約 100 社？）の連携は、工場の製造現場の効率化と最適化を目指すシステムで人間とロボットの協業である。



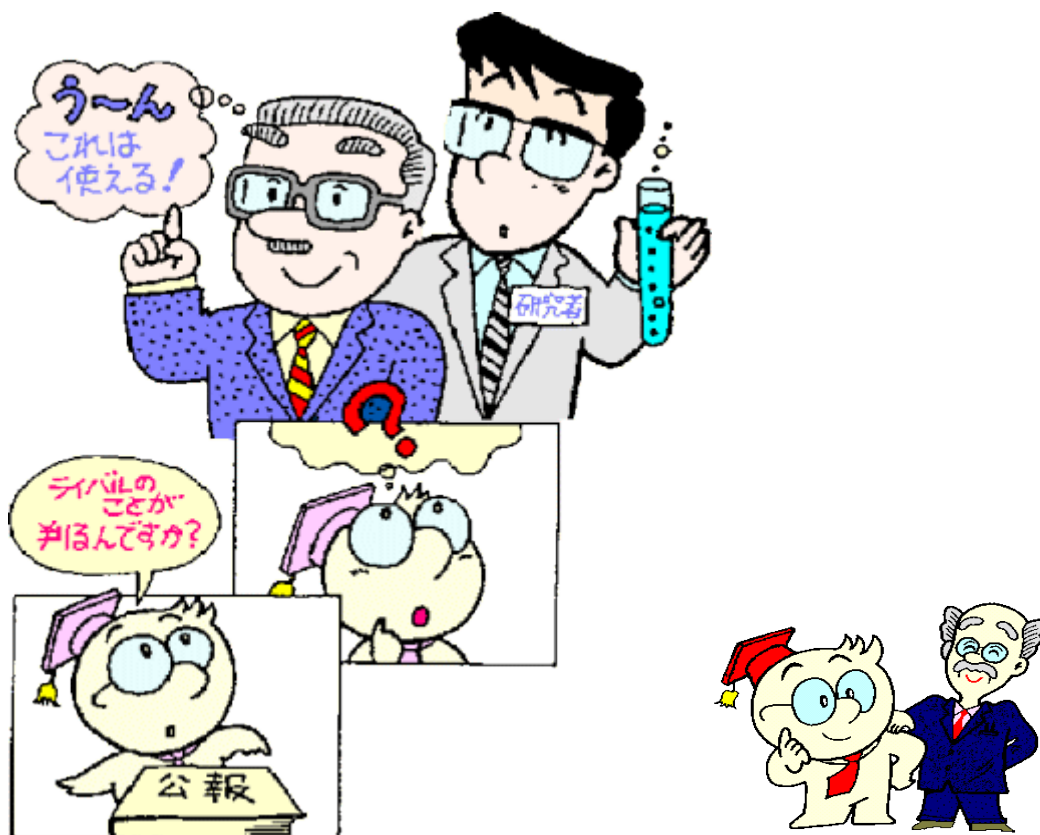
『事業戦略に使う「経営開発情報」』

下記の3情報が、三位一体のサイクルで回る仕組み

- ・「経営開発情報」：経営陣、事業責任者、研究開発向けの調査レポート。
- ・「技術開発情報」：知財の安全と事業の優位性を確保するに使う航海図。
- ・「知財開発情報」：知財創出、権利化、保護と活用、係争に備える特許調査。

投資を誤らない、相手を知る、状況を知る

- ・ 情報収集は原本情報で、情報の真偽を確認する。虚偽、誇張を見破る。
- ・ 欧米企業は M&A や投資先を見つける調査部門を有し、経験が豊富である。
- ・ 中国企業もその能力を備えており、欧米中企業の動きは活発で早い。
- ・ 日本は売れ残りの不良案件を買わされているとも言われている。



『 IP ランドスケープとは、なんだ

自社の「経営・事業戦略」の策定に役立たせる調査レポート

- ・端的に言えば「転換・革命期」における市場動向や企業動向、及び技術動向を俯瞰するマーケティング調査で、これが「経営開発情報」である。即ち自社事業を推進していくための「調査レポート」である。
- ・調査レポートの信頼性を得る担保資料は、特許情報を使うことで、説得力が出る。但し特許情報は、さりげなく入れ込むことが「コツ」である。

この調査報告書から何が見えるか

- ・例えば自社に足りない技術は何か、その技術は自社で開発が可能なのか、その時間はあるのか、といった重要な判断に役立つ情報。
- ・その結果、自前主義に限界があれば、手を組む相手を探さねばならない。
- ・その場合、相手が持っている技術（特許）は確かなのか、信頼できるパートナーに成りうるのか、他にトラブル要因を抱えていないか、といったリスク管理が出来ることが重要である。



『「経営開発情報」作りに挑戦』

情報は、元々が「無味、無色、無臭」である。

情報に血を通わせるには熱意だとか行動だとか、別のベクトルが必要となってくる。
積極的に関わることで熱を帯び、色が付き、味が付き、匂いを立て、やがて血が通う。

環境に敏感な欧州の温暖化対策：例えば電動化の進み具合を調査することで、
様々な情報に出会える。

- ・ 中世の街並みに溶け込んだ路面バス、路面電車のデザインの美しさ、
- ・ 路面バスは停留所で充電、カーフェリーは寄港先で充電できる環境整備、
- ・ 有害物質を排出する重機、建機での土木工事は街中で禁止され罰金を課す、
- ・ 2026年、フィヨルドに有害物質を排出する船舶の乗り入れを禁止する計画等。

★このようなリアルタイム情報は経営幹部には届きやすいと思う。更にネット上にある「カラー写真など」を織り込むと効果が上がる。そして、この状況の中で果たして「我が社が欧州市場へ参入することができるのか！」が次の調査テーマとなる。

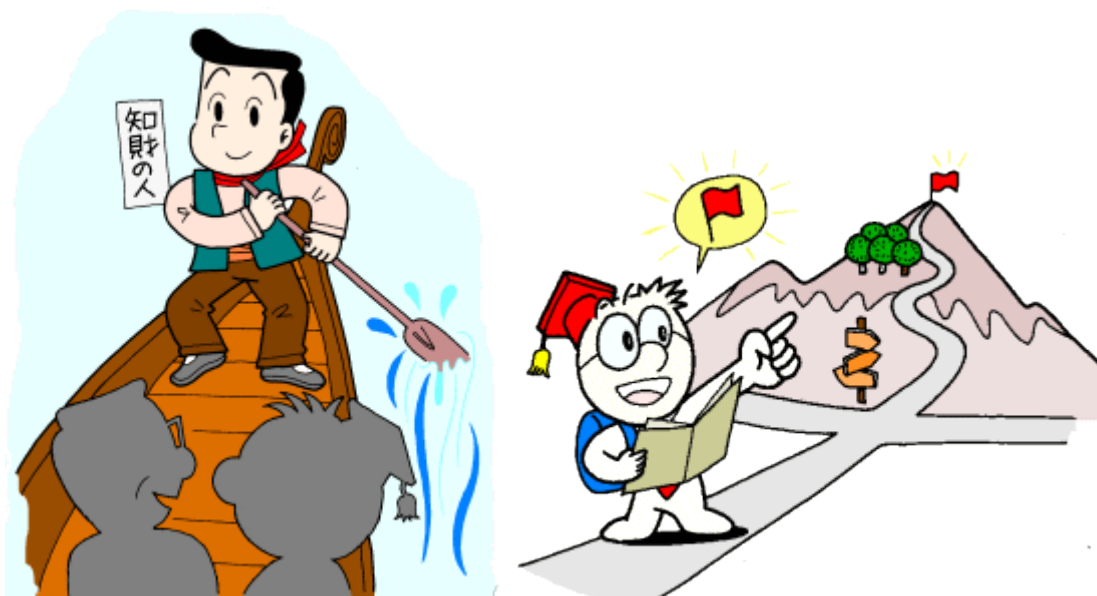


『 質問を受けました 』

Q: 経営上層部が IP ランドスケープに興味を持ってもらう方法がありますか？

A: 会社の事情によって異なるでしょうが、方法は2つ考えられます

1. 自社事業に対して危機感を持ち、将来の事業戦略を模索している事業責任者と密なる連携をとることです。聞き取りを進めながらテーマを設定し、調査を進めます。期待以上の調査レポートであれば他事業部へ波及するのは早いです。
2. 経営幹部会議の場で、知財部は「IP ランドスケープ」へ挑戦することを宣言することです。例えば自社にとって重要な「〇〇事業」を取り上げ、その事業戦略を策定するに役立せる調査レポートを予め用意してプレゼンすることです。高い評価を得ることが出来たら、全社的に推進されて行くと思います（以上）



『おしまい、これだけは言いたい』

お時間の余裕がある時に、あるいは気分転換に、①発明くんの「知財マ
ン適正テスト」②知財部門の「知財評価テスト」③発明技術者の「知財力テスト」
④「知財川柳」等のコンテンツもお楽しみください。

<https://www.ipma-japan.org/rest.html>

おしまい、お願いがあります。“これだけは言いたい”です

「日本知財村」の改革は源流（クライアントの要求）から変えることが早道と考
えています。自社が目指すべき知財部のあるべき姿を明確に示し、丸投げをせず
に「〇〇は、こうしたい、●●は、こうしたい」と強く協力を求め、指導すべき
です。お客様（神様）の声であれば、特許事務所、翻訳会社、調査会社等の業者
は変われます。

最後まで能書きですいません。何か疑問や質問等がありましたら遠慮なく申し
付け、ご指導下さい。今後ともどうぞよろしくお願いします（2020/2/27 矢間）



ありがとうございました