

発明くんの”なぜ”から始まった

知的財産解体報告書

日本は、なぜ弱い特許が多いのか”

「IPMA ファン」からこんなアドバイスを頂いた。”IPMA のホームページは、情報量が膨大で、興味ある情報に辿り着くのが大変だ。交通整理されたら如何ですか”と。

確かにご指摘のとおり、自分でも探し出せないことがある。IPMA レポートは、必ずしも普遍性のあるものでなく独自の視点から勝手気ままに発信している。寄稿を頂いている先生方の研究レポートや教材等だけなら整理もつくが、訳が分からない発明くんの能書きが入り混じっており、欲しい情報に辿り着くのは確かに難儀である。

コロナ渦の影響で時間だけは有る。この機会に「**IPMAファン(数少ない?)**」の要望に応えられる良い方法は無いかと考えた。しかし良い案が浮かばない。書籍とは違い、一つのコンセプトに纏めることが難しい状態にある。とりあえず、知財業界における諸々の”**なぜ**”を切り口にして取り組んでみることにした。

まずは、目次作成に取り掛かった。次は、IPMAへ寄稿されたレポート等(*)を読み返すことにした。そして作成した目次に合った内容が書かれているレポートを探した。探し当てたレポートから使いたい文章を取り出して集めた。それら膨大な文章を基にして、**発明くんなりに**整理し、簡潔に纏め編集した。しかし、まだまだ不十分な箇所がある。違う切り口が見えたら再度、挑戦をしてみたいと思う。

(*)古い、新しいに関係なく、いま読んでも新鮮であり、改めて勉強をさせられた。

【参考文献】:オオカミ特許革命(技術評論社:元リコー 田所 照洋)

この本を読み”なぜ”が解ける手がかりがたくさんあった。因みに発明くんもリコー出身である。



— 目次 —

はじめに: 日本の特許制度を遡ることで現状が把握できる

0.過去の成功体験に囚われ、時代に対応できないでいる

PART-1: 権利行使が出来ない「もやし特許」

0.「誤解・錯覚」に気が付かないのが幻想の始まり

1.過度な特許への「信頼・期待」が「知財幻想」を生み出す

2.特許専門家が認めた特許だから問題ない、という「知財幻想」

3.特許出願は、リスクが無い、という「知財幻想」

4.「守秘知財」は会社利益に貢献しない、という「知財幻想」

5.知財部門が、陥りやすい「知財幻想」

6.日本特許明細書の品質は、世界でも通用するという「知財幻想」

PART-2: 無駄な特許出願が、なぜ多いのか

0.弱い特許では発明技術の保護も、会社の持続的発展もあり得ない

1.日本の特許侵害訴訟件数は、なぜ少ないのか

2.権利行使のできない日本特許が、なぜ多いのか

3.強い特許を作る機能が、なぜ働かないのか

4.権利範囲の狭い「もやし特許」を、なぜ放置するのか

5.日本の技術移転は、なぜ進まないのか

6.特許庁は出願を増やしたいのに、なぜ減り続けるのか

PART-3: 会社経営で求められる「知財経営戦略」

0.「グローバル化」「コモディティ化」が進む中での「知財戦略」の在りかた

1.知財の「オープン&クローズ戦略」とは、なんだ

2.日本が勝てないのは「コモディティ化」するからだ

3.そもそも「コモディティ化」とは、なんだ

4.「コモディティ化」は、これまでの知財係争の常識を変える

5.「コモディティ化」を速めた「IT 技術」の進化と米国の特殊事情

6.米国特許訴訟事例から見る「コモディティ化」への流れ

PART-4: 知財(IP 戦争)とは、言語の戦いである

0.特許明細書は、世界へ開示されることで様々なリスクを抱えることになる

- 1.日本の特許明細書は、世界で通用するのか
- 2.文書(ドキュメント)への関心が薄い日本人
- 3.技術は文明である、技術の説明は「文明言語」で行う
- 4.米国特許明細書と日本特許明細書の違い
- 5.権利範囲の広い「請求項(クレーム)」が作れない理由
- 6.機械翻訳ソフトの支援が受けられる「平明日本語」で書く

PART-5: これだけは言っておきたい

0.まずは反省、日本が「IoT 技術」に遅れた理由を知る

- 1.今すぐに、会社に取り組むべきことは
- 2.今すぐに、知財部門に取り組むべきことは
- 3.今すぐに、研究開発部門に取り組むべきことは、
- 4 全社員が「知財マインド」を共有できる企業体質へ変える「知財研修」の在り方
- 5.知財改革のヒントは、現場(源流)にある
- 6.おしまいに: 発明くんが、”これだけは言っておきたい”こと!



はじめに

日本の特許制度を辿ることで現状が把握できる

—過去の成功体験に囚われ、時代に対応できないでいる—

1. 明治時代の「専売特許条例」

明治18年4月18日、日本発の特許法、即ち「**専売特許条例**」が発効された。この「**専売特許条例**」では、外国人への特許権は与えられなかった。

その後「**パリ条約**」に加盟するため、明治 32 年に特許法の制定がなされた。しかし、外国企業による日本特許の権利取得は、当時の日本にとって脅威であった。そこで外国企業から日本への特許出願に対して、「**特許の権利範囲**」を、**できるだけ狭くするために特許審査を厳格にした**。明治の特許法について「知的財産法概論(*)」で下記のことを記述されている。

その結果、「外国企業からの特許攻勢を回避することに成功した。それは攻撃よりも防御に主点が置かれた政策でもあった。その成功体験が、狭い権利の特許を多数つくり出し、「日本の特許スタイル」として定着したようだ。

(*) 知的財産権法概論: 紋谷 暢男/紋谷 崇俊【著】

即ち特許を過剰に狭い範囲で登録することが、特許審査の品質を高めるという論理に繋がる。それは特許権を与えても、大きな問題が起こらないということを意味する。つまり都合の良い「もやし特許」が氾濫する理由の一つと考えている。

2. 高度経済成長時代の「特許戦略」

本邦初製品(国産化)に成功すれば、必ず儲かるという保証があり、官民一体の「工業立国日本」の実現を目指した。日本が目標としていたアメリカ様は、幸いにして「物づくり」から「マネーゲーム」へ、つまり「汗を流す」という実業から「楽をして儲かる」という虚業のビジネスモデルへの転換をしていた。中国を初めとする新興国は、未だ発展途上にあり「物づくり日本」が最も輝いた時代であった。

この時代は、国内の競合他社に比べて如何にして早く海外の生まれたばかりで有望な新技術、新製品に注目するか、如何にして早くそれを技術導入し、あるいは特許に抵触しない方法で国産化するかが勝負であった。海外駐在員が活躍した時代である。多くの場合、製品が既にこの世に存在していて有望であることがハッキリしており、国産化が成功すれば必ず儲かる、ということが誰の目にも明らかなことが最大の特長であった。

このような技術は、一般に遅かれ早かれどこの会社も同じ技術に気がついて注目する。「他社に負けるな、皆で渡れば恐くない」、という心理も働く。だから、導入競争が起こり、どこの会社でも同じような研究開発が行なわれる結果になる。成功すれば必ず儲かり、それを他社よりもどうやって早く実現するかが勝負だから勢い夫々の開発プロジェクトが大型なものになる。これが「黎明・成長期(*)」における日本企業の「R&D体制」の実態であった。

「高度経済成長期」では、改良すべき「製品要求(ニーズ)」はたくさんあった。例えば、改良、応用、用途、製造技術など研究開発テーマには困らない時代である。似たもの技術の発明や考案が、どんどん生まれることで特許の出願件数も増え続けた。その結果、①、日本は物づくり(製造業)においてはアメリカ様を追い越すことが出来た。②、日本で開発された商品は世界で必ず売れるという成功体験を得た。③、成功の秘訣は小型化、高機能、高品質である。④、商品開発コンセプトはハードウェア思考であった。⑤、早期商品開発にはクロスライセンスが欠かせなくなった。ライセンス交渉には、特許は質より量が武器となった。

3.知財変革期時代の「プロパテント政策」

1980年代、米国の製造業は国際競争力が低下し、自動車、鉄鋼、半導体などの基幹産業でさえも日本やアジア諸国にその地位を脅かされるようになった。当時のレーガン政権は、“生産力の衰えは技術力の低下につながり国力にも影響する”という危機感を持ち知的財産権の保護を強化することで対抗しようとした。

1985年は、米国にとって画期的な年であったと言える。この年に象徴的な二つのレポートが提出されている。一つは、議会委員会の議長を務めたHP社のCEOの名を取って「ヤングレポート」と称されるレーガン大統領への答申書である。これに基づいて米国は「プロパテント政策」へ、転換したと言われている。もう一つは、マサチューセッツ工科大学が世に問うた「メイドインアメリカ」という分厚い報告書である。

この二つの報告が分析された当時の米国の状況は、「物づくり」の競争に敗れたということであり、その分析から導き出された提案(ヤングレポート)は、知識と技術の重視と、それに基づく知的財産権の強化であった。一方、マサチューセッツ工科大学のそれは、製造業の大幅な改善であった。マサチューセッツ工科大学の報告が、その後どのように扱われたかは定かでない。

その後の米国の動向を見る限り、この提案は「国策」として採用されなかった。つまり「物づくり」で、もう一度、世界のトップの座を奪い返そうと言う方針は、米国において永久に葬りさられたことになる。

1985年での時点で、あるいは1990年の時点で米国の強い処と弱い処を考察すれば「物づくり(ハード製品)に負けたあと残された強い分野は、コンピュータ・ソフトウェア、バイオ、そして「**情報システム(IT 技術)**」を基盤にした各種(*)の社会運営システム、ビジネス方法のシステム化、製造業のIT化にあることは、それほど深く考えなくても分かることであった。

(*)コンシューマーインターネット(Consumer Internet) :

アマゾン、アップル、グーグル、フェイスブック、マイクロソフト社など、米国を代表とするIT企業によって推進された。この時代を**第3次産業革命**と位置づけ、それは何十億という世界中の人々を繋ぐというコンセプトであった。

(*)インダストリアルインターネット(Industrial Internet) :

GE社を初めとする米国の巨大製造業は、伝統的製造業では未来がないと考えた。そこで、コンシューマーインターネットに匹敵する「**物のネットワーク**」で、製造世界を変えねばならないとい危機感を持つに至った。それは世界中の何百億という物(部品、コンポーネントツール、設備)を繋ぐというコンセプトである。この時代を**第4次産業革命**と位置づけ、ビッグデータの解析、機械の自学習、自社製品の状態監視(故障予知)、遠隔の保守技術、ユーザインターフェースの改善と標準化などである。

