

PART-5:これだけは言っておきたい

先ずは反省、日本が「I。T 技術」

の競争に遅れた理由を知る

大きな理由は、「黎明・成長期」における成功体験に固執し、グローバル世界の本質を理解していなかったからだと思う。日本製品を輸出する、海外で日本製品を作らせることがグローバル化と思い込んでいたのではなかろうか。グローバル化の本質は、世界がネットで繋がったこと、巨大なデータがビジネスになること、異文化を受け入れること、意欲と才があれば誰もが起業できること等、人と人の交流が活発になることである。

これ等を受け入れるには、何が必要か。企業がグローバル化で生き残るには「国際共通語(*)」である英語で、情報を得、分析し、対策を練り、伝える能力(インテリジェンス)が要る。篠原先輩は、日本人がこの能力を身につけることは決して難しいことではないと言っている。なぜなら、英語は極めて構造的であり、その構造を論理的に理解すれば基本の習得は容易である。しかも翻訳ソフトの支援が受けられる時代だ、と。
(*) : 国際共通語とは、グローバル環境で仕事をしている、また待たせざるを得ない人々がお互いに情報と意思を交換させるのに使う道具としての言語である。

日本がグローバル社会で取り残されないためには、世界へ「物・事・考え」を伝えるための「やさしい日本語」が必要である。即ち、「文明言語」を基にした、海外の人たちとの橋渡しができる「文明日本語」のことである。

一方、日本人が世界から共感を得るためには、先ず世界の人々とコミュニケーションができる、「開かれたやさしい日本語」すなわち、第二母語としての「文明日本語」を身につけることが早道と考える。そして次は、日本文化に根ざした「文化日本語」を武器にすることである。文化の色合いが強い日本語は世界の人々が持っていない、共生(自然や人間と)の精神と相手を思いやる優しさが根底にある。日本人の考え方、あるいは日本文化の美が伝われば世界の人々から日本が、あるいは日本人が信頼され、尊敬されるに違いない。

【レポートの続き】: 欧米言語の特徴を知ることによって彼らの考えがわかるは、[こちらから](#)

1.いま直ぐに、会社が取り組むべきことは

—情報を制する者は戦いを制す—

孫子いわく“名君賢将の動きて人に勝ち、成功、衆に出づる所以のものは、先知なり”
勝つためには事前に敵の情報を掴むことが大事である。即ち先に知ることが戦いを
制する掟である。情報活動は優秀な人材が関わってこそ正確な敵情が掴める。

1970年代に米国で発表されたレポートを紹介:

“経営者やリーダーは、情報を効率よく、かつ創造的に使うべきである”。つまり情報
マネジメントを新しい面から見られるように訓練・教育されるべきである。情報は創造
性を生み出す資源である。情報を活用することが売上げ、利益を開拓する。そして競
争上、優位になることが保証される”と。逆に日本は、情報の価値に対して鈍感であ
ることが許された。それは、国土の狭さと人種の均一に関係する。

【詳細資料】:情報を制する者が勝つは、[こちらから](#)

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

何事始めるには、先ず自社事業に関するあらゆる情報を世界中から集め、まず現
状を把握することである。次は課題を見つけ、その対策を立て、行動を起こすことであ
る。そのための「**事前調査(*)**」が重要となる。だからと言って闇雲に情報を収集し、
俄かに分析した場当たりの調査レポートは使えない。

調査の基本はテーマに限らず同じである。まずは、何のために調査をするのか、その
「**目的**」をしっかりと定めることである。それには、何故そのような目的を「**設定**」したの
か、「**発想の源流**」を明らかにすることが必要である。次に関連する情報を収集し「**俯瞰**」
して見る。そして思考錯誤の中で、その「**成果と波及効果**」を「**予想(想像)**」する構
想力(デザイン力)が求められる。何事も準備することが大事である。

しかし会社には、それが出来る**人材が圧倒的に不足している**。否、育成してこなかつ
たとも言える。否、調査の必要性を認識していなかったのではなかろうか。経営リーダ
一層の責任は大である。

【(*)事前調査の関連資料】:「IP ランドスケープ」とは、なんだ！は、[こちらから](#)

<https://www.ipma-japan.org/pdf/20210212-01.pdf>

2.いま直ぐに、知財部門が取り組むべきことは

1.特許明細書の「文書品質管理体制」を築くことである。

これまでの作り方では世界で通用しないのでは、という懸念である。特許訴訟の場面で権利の行使が出来ないということだけでなく大学や公的研究機関のTLOが一向に発展しない原因にもなっている。

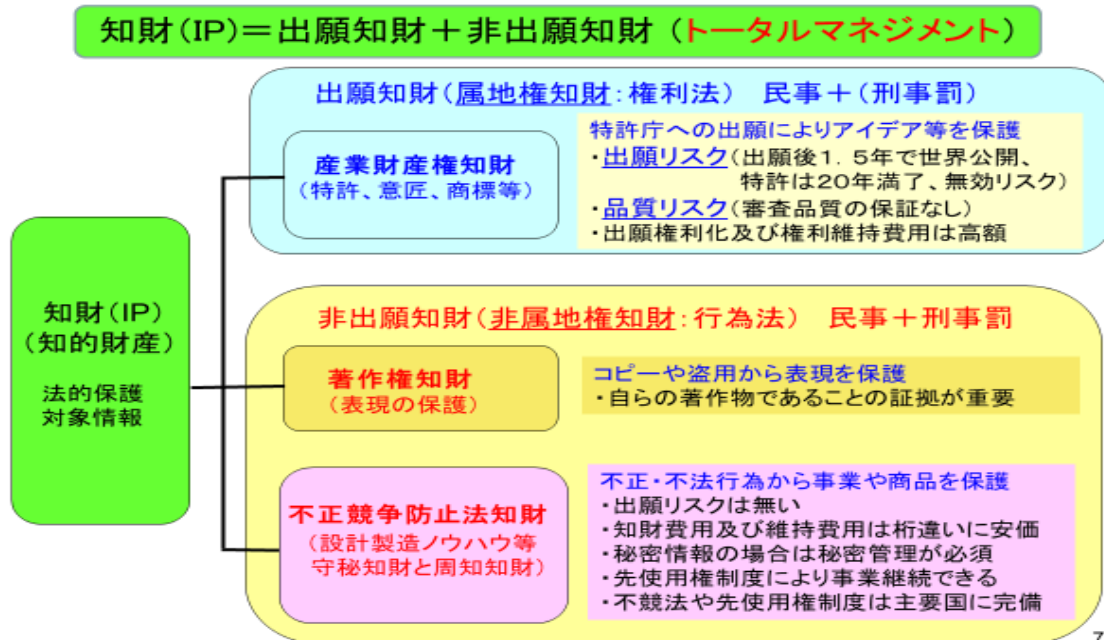
2.グローバル知財は、「知財コスト」を押し上げていく。

費用対効果を考えるなら、定期的に知的財産の「棚卸作業(*)」が必要である。せっかくの知的財産権が活用されず、しかも曖昧に処理されていたのでは、死蔵特許(休眠特許)が増え続け、維持管理費用が嵩んでいってだけである。

(*) : 事業化の可能性を判断、投資適格を判断、融資・担保適格を判断、売買・ライセンスのための判断等。権利(状況・強さ・範囲)の評価、技術(独創性・難易性)の評価、市場(売れるか・競合は)の評価、事業(成長性・持続性)の評価等。

3.「開示知財」と「守秘知財」のマネジメント(運用・管理能力)が重要となる

特許出願する場合は、発明技術の開示義務があり、平明で分かりやすい文章で書く責任を負う。社内で秘匿する場合は、「先使用权」の立証が出来る手段を講じておく。



3.いま直ぐに、研究開発部門(R&D)が取り組むべきことは

- 研究開発部門における、これまでの「社内文化」を変える。

いま最もクリエイティブであるべき世代は、相変わらずの旧来のシステム・プロセスと制約の中で、情報の洪水と時間の不足のために、新しい方向を探り、自身の創造力・独創力を発揮するチャンスを与えられていない。

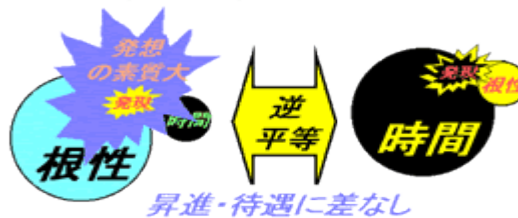
優秀な人材ほど自身で使える創造的な時間を持ってない。つまり、クリエイティブな人間ほど、その力を発揮するチャンスを奪われている。つまり、真にクリエイティブであり得る人間に、クリエイティブであり得る時間を与えていないことである。

打破すべき問題点

- 真にクリエイティブな人間が創造的時間を持ってない
- 新しい技術を本来の目的に活用しようとしてない
- やる気を起せる
ドライビングフォースが無い

真の問題は逆平等

真に創造的な人間が創造的であり得る時間を持ってないこと



■ 研究開発部門の「知的基盤(プラットフォーム)」を構築する。

知的基盤とは、先輩技術者達の知恵や経験を伝承、活用し、若者がその「創造力を共有」し、若者が持っている能力をフルに発揮できる基礎・基盤のことである。

研究開発技術者の「感性・感度」を高めるのに最も効果のある情報は、系統的によく整理された社内技術情報と自社の製品分野である社外技術情報である。つまり、これらの情報が知的基盤(知的インフラ)の構築ベースとなる。

同じ情報に接しても何も思いつかない人もいれば、面白いアイデアを幾つも出せる人がいる。これは生まれ持った適性、あるいは能力の差もあるが、それ以前にその人が事前に持っている情報の量と質も大きく依存する。

■ 「実験研究」を始める前に「調査研究」を行う研究体制を築く。


研究開発技術者は、「実験研究」を優先する傾向にある。筋の悪いテーマをこれまでと同じように根性論でやったところで成果は上がらない。「調査研究」は「実験研究」に比べたら大した金額にはならない。それに「調査研究」ならば何時でも中止はできるし、何回もやり直し、繰り返しが効く。しかも誰もが気づいていないから慌てることはなく、じっくりやれるメリットは大きい。筋の良いテーマが見つかるまで「実験研究」を行わないで「調査研究」をすることである。



調査研究には、「目的調査」と「探索調査」がある。「目的調査」は課題を解決するための調査で、単なる情報調査でかまわない。課題がハッキリしているから商用データベースやアウトソーシングでも行える。

「探索調査」は課題を生み出すための調査である。「探索調査」をするためには、幾つかの「目的調査」で得られた多種類、多分野の情報をどこかに集め、それを融合、統合させ、いろんな視点からのぞき込み、新しい情報を生み出す必要がある。

【関連資料】:「成熟・衰退期」における研究開発は、[こちらから](https://www.ipma-japan.org/pdf/20171013-07.pdf)

<https://www.ipma-japan.org/pdf/20171013-07.pdf>

<p>1</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 金がかかる 2. 途中でやめられない 3. 成果は上がらない 4. 筋の悪いテーマの氾濫 5. 開発コストが甚大となる
<p>2</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 金がかからない 2. やり直し、繰り返しができる 3. 成果は上がる 4. 筋がよくなるまでやる 5. 大幅な経費削減

<p>1 目的調査</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課題がハッキリしている 2. 単なる情報調査 3. 商用データベース、アウトソーシングが可能 4. 発明が生まれたあとによく使う 5. 手間がかからない
<p>2 探索調査</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課題を生み出す 2. 新しい情報を生み出す 3. パーソナルデータベースが基本 4. 発明が生まれる前に使うもの 5. 手間がかかるけど一番大事

4.全社員が「知財マインド」を共有できる

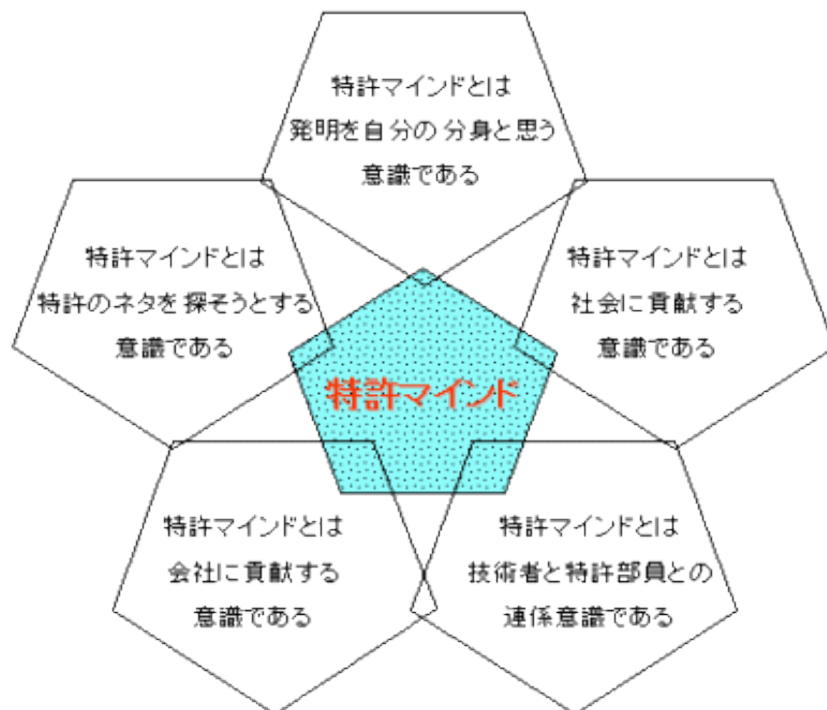
企業体質へ変える「知財研修」の在り方

企業間のグローバルな競争が熾烈を極める中、特許をはじめとする知的財産の重要性がますます高まっていく。「**知財経営**」を推進していくには、全社員が「**知財(特許)マインド**」を共有できる企業体質へ変えることである。知的財産は知財部のためにあるのではない、自分のためにある！。

「知財経営」を実行するにはまず、社員への「知財研修」が欠かせない。しかし、“特許とは、自然法則を利用した……”云々の知財研修は、とりあえず必要ない。大事なのは知的財産が、会社の持続的発展を遂げるために必要な**経営資源**であることを伝えることである。つまり、“**特許とは会社が儲かるためにある**”と簡潔に訴え、社員の納得が得られる内容(ストーリー作り)にすることが求められる。

紋切り型の知財研修は、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、と敬遠される。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にすることが肝要である。また研修担当者が教育するに相応しい人材であるか否かも重要な要件の一つでもある。





出典: 弁理士 嶋宣之

例えば、研究開発技術者が対象ならば、“**スター技術者は「知財力」が高いという、共通点があります！**”と入れれば、技術者達のモチベーションは上がる。なぜなら、スター技術者になれば、求心力が高まり、力を貸してくれる人達がたくさんいる(人をひきつける魅力)ことを知っているからだ。

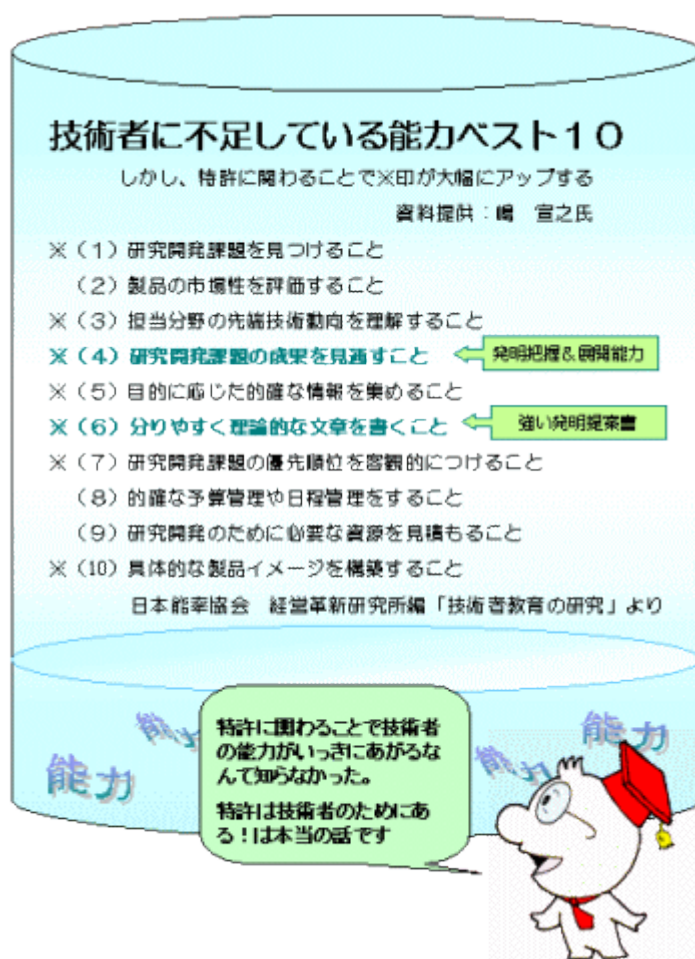
要するに技術者達にわかってほしいことは、**発明とは**、自ら問題を発見し、問題解決能力を駆使して、課題をはっきりさせながら、解決手段を具体化すること。

特許出願とは、自らの課題を具体的に提起し、しかも、その具体的な解決手段を、論理的に説明すること。

発明提案書の役割とは、技術者の自己主張(アピール)をする場でもある。だから分かりやすく、論理的に、簡潔に、誤解が生じること無く、正確に伝える必要がある。**発明を特許にするプロセス**を身に付ければ技術者達の「**特許嫌い**」は無くなる。

【関連資料】: 知的生産創造技法「MC 法」で特許明細書の原案を作るは、[こちらから](https://www.ipma-japan.org/pdf/20131003-free-web-course1.pdf)
<https://www.ipma-japan.org/pdf/20131003-free-web-course1.pdf>

また技術者に不足していると言われている能力が「知財力」を付けることで、大幅にアップすると言った「切り口」は、工夫次第でいろいろと考えられると思う。要するに技術者に分かって欲しいことは、自分のために知財を勉強する、といった納得感である。下図のように技術者が知財に関わることで、こんなに能力が高まると訴えても反発は無いと思う。要するに技術者達が「特許嫌い」にならない研修プログラムを作ることが「特許好き」に成れる近道となる。



【関連資料】:特許好きになる知財教育:これだけは、言っておきたい！は、[こちらから](https://www.ipma-japan.org/koredake_folder/02-03.html)
https://www.ipma-japan.org/koredake_folder/02-03.html

5.「知財改革」のヒントは、現場(源流)にある

—問題を解決するには源流に足を踏み入れなければ何も変わらない—

場当たりの解決方法を繰り返したところで抜本的な問題解決には繋がらない。何かを改善したい時は、とにかく源流に足を踏み入れることである。知財業務の源流は、研究開発部門から生み出される発明技術(*)である。(*)発明提案書として届けられる。

これらの発明技術を、「開示技術」と「守秘知財」に分け、開示する技術を、どのような方法で開示して行くか、守秘する技術を、どのような方法で運用して行くか、といった仕分けは、どこの会社でも実行されるようになっている。しかし「守秘」、「開示」だけの仕分けでなく、違う視点から見ると違った改善策が立てられる。

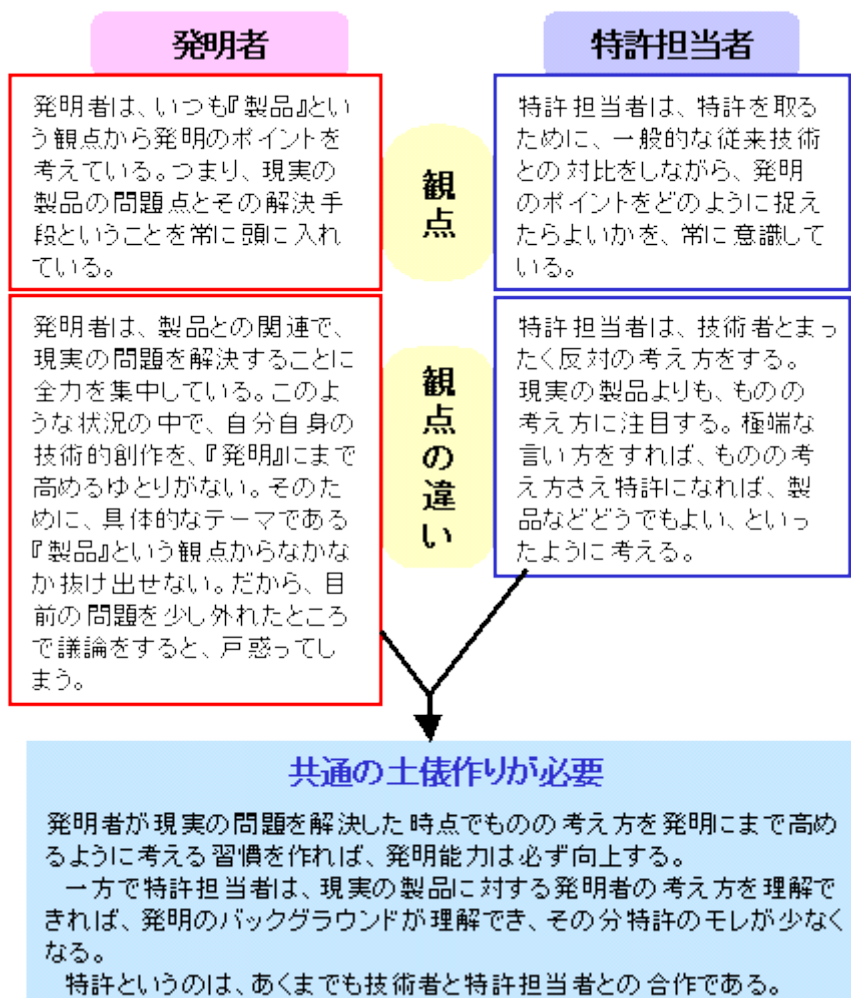
発明技術は様々な特徴(基礎、応用、用途など)を持っている。つまり新しく生まれてくる発明技術を性格別に仕分け分類し、その役割を決めておけば、流れはスムーズになるはずだ。

例えば、「ゴミ出し」をするのに可燃ゴミ、不燃ゴミ、プラゴミ、資源ゴミ(金属缶、ガラス瓶、ペットボトル等)に分別して「ゴミ出し」をすると、現場の仕事効率は格段と良くなる。ゴチャ混ぜになったゴミを分別する装置も、分別する人手も不要となり、大幅なコスト削減が実現できる。



—「特許出願ありき」から知財の生産(創出)へ着眼点をシフトさせる—

知財マン(知財部門)、技術者(研究開発部門)が危機感を共有して共に頑張れる関係を築くのが知財部門の大きな役割でもある。問題意識(改善意欲)を持っている人材が会社の持続的発展に貢献することが出来る。ノルマで発明提案書を出していたのは過去のことである。スター技術者を目指す元気のある技術者と知財支援をする知財マンの連携が上手く行っている会社は間違いなく発展する。



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



実は、【いま直ぐに、お上(特許庁)が、やるべきことは】、という表題で能書きを垂れるつもりでいたが、とりやめた。お上は、「知財立国日本の実現」といった指針は出す。しかし此処での提言は、特許を出願する、特許を取得する、特許を使うといった類で、夫々に抱える課題(問題)は、民(個人、団体、企業等)が解決すべき課題であるというのが、その理由である。お上は、規則を新しく作ったり、変えたりすることは出来るが、課題を根本から解決する具体策は期待できない。根本的な問題解決は、やはり現場からだと思う。お上が出した規則に知恵を付けて運営するのは民である。詰まる場所は民の自己責任である。

—特許「明細書の役割について」の能書き—

特許の「共存共栄」とは“わが社はこのような凄い特許(技術)をもっている“ことを分かりやすい言語で世界へ発信することである。その目的は、大きく分けて二つある。一つは、その特許(技術)を必要とする人への「呼びかけ」、仲間集めである。仲間が増えて行くことで自社の「技術ブランド」が築かれていく。特許明細書は、「事業計画書(カタログ)」であり「契約書」でもあると言われる所以はここにある。

仲間が集まったら、使用できる技術(発明)の領域を伝えねば成らない。つまり発明権利の範囲を明確に伝える責任がある。特許明細書は「仲間集め」をするための「事業計画書(カタログ)」であり「契約書」でもあると言われる所以はこのことである。

二つ目は、知的財産権の保護である。勿論、特許侵害をする者が居れば排除せねばならない。そのときは戦いとなる。特許侵害等の争いになった場合には、裁判官や陪審員の方々に誤解なく理解して貰うために発明技術の明快な開示は不可欠の要件といえる。つまり特許明細書は「共生」と「戦い」に堪えうる内容にしておかなければ成らないことは言うまでもない。

—詰まるところ、「IP 戦争」とは言語(ことば)の戦いである—

世界で通用する、あるいは戦える強い特許明細書を作るには、発明者から届けられる発明提案書(発明仕様書)の質が起点である。強い特許つくりへ繋がる「発明仕様書(発明提案書)」の作成をする必要がある。そのためには技術開発技術者は、生まれた発明を特許へ仕立てるプロセスを先ず、習得することが重要である。

—このまま放置して良いのか、「ガラパコス化」した日本特許明細書—

このままでは「知財立国日本」の実現は難しい。日本経済は衰退し、日本国力の低下は避けられない。発明くんは、先の見えない不安に怯え、現実から目を離し、問題の本質を考える思考も消え失せ、日々の楽しみだけを追って過ごしているのが現状である。

知財を業とする皆さんと一緒に頑張りたいが、無駄な思いかな?(発明くん)

