

中小企業の知的財産マネジメント

特 許 庁

(一社) 発明協会アジア太平洋工業所有権センター

©2016

執筆協力： 吉田国際特許事務所
弁理士 吉田芳春

目 次

1.	はじめに.....	1
2.	日本の中小企業.....	2
	（1）中小企業の定義.....	2
	（2）小規模企業者の定義.....	2
3.	中小企業の知的資産と知的財産.....	3
	（1）中小企業の特質.....	3
	（2）中小企業の知的資産.....	4
	（3）知的資産の見える化.....	5
	（4）知的資産+知的財産.....	6
4.	中小企業の知的財産の特徴.....	7
	（1）中小企業の知的財産の課題.....	7
	（2）中小企業の出願傾向.....	7
	（3）中小企業の特許出願.....	9
	（4）中小企業の実用新案登録出願.....	10
	（5）中小企業の意匠登録出願.....	11
	（6）中小企業の商標登録出願.....	12
	（7）中小企業のPCT国際出願.....	12
	（8）中小企業の国際商標登録出願.....	13
5.	中小企業への支援.....	14
	（1）支援体制.....	14
	（2）知財総合支援窓口.....	15
	（3）早期審査・早期審理制度.....	16

(4) 外国企業の早期審査・早期審理制度の利用	18
(5) 減免制度.....	20
(6) 外国中小企業の減免制度の利用	21
(7) 資金面での支援.....	22
(8) 地域的支援	22
6. 中小企業の知的財産マネジメント	24
(1) 社内の知的財産管理体制	24
(2) 知財担当者の役割	24
(3) 産業財産権の管理	26
① 技術の発明化作業	26
② 物品の考案化作業	29
③ デザインの類似化作業.....	30
④ 商標の類似化作業	31
(4) 営業秘密の管理.....	32
① 営業秘密の管理.....	32
② 営業秘密の特定.....	34
7. 中小企業の知的財産戦略.....	36
(1) ニッチトップ戦略	36
(2) ブランドづくり	37
(3) パテントプール.....	38
(4) 知財担保融資	40

1. はじめに

中小企業（小規模事業者含む。）は、就業者数が約4000万人（日本総人口の1/3）を占め、製造業・卸売業・サービス業の全産業分野にわたり、かつ日本全国の各地域に存在しています¹⁾。中小企業の多くは、知的財産部や法務部のような専門の管理部署を有しておらず、規模や業種・業態或いは地域等に応じて知的財産に対する姿勢が異なっており、一様な知的財産管理がなされていないのが現状です。

日本の中小企業対策は、経済産業省の下に中小企業庁と特許庁を設け、中小企業庁は主に中小企業の育成・発展・経営向上等の方策・支援を実施しています。特許庁は、主に知的財産権の施策を実行していますが、中小企業向けには普及説明会・知財総合支援窓口・国内外費用支援・早期審査等に係る各種支援策を実行しています。なおAPICは、特許庁委託に基づいてアジア太平洋地域等における人材育成協力を行っています。

小職は、中小企業を顧客とする専門弁理士として約40年間活動しています。本稿では、実務的な経験を踏まえた観点を中心として説明します。

2. 日本の中小企業

(1) 中小企業の定義

中小企業基本法は、中小企業に関する施策について、その基本理念、基本方針その他の基本となる事項を定めているものです。同法第2条第1項第1号から同項第4号には、次表の通り業種分類毎に中小企業が定義され、中小企業に該当することで中小企業向けの各種支援を受けられることとなります。そして、例えば製造業においては、資本金3億円以上の企業又は従業員300人以上の企業は、大企業として取り扱われることとなり、中小企業向けの各種支援策の対象外となります。

【表1】²⁾ 中小企業の定義表

業種分類	中小企業の定義	中小企業基本法
製造業 その他	資本金3億円以下の会社、又は 従業員300人以下の会社及び個人	第2条第1項 第1号
卸売業	資本金1億円以下の会社、又は 従業員100人以下の会社及び個人	第2条第1項 第2号
小売業	資本金5千万円以下の会社、又は 従業員50人以下の会社及び個人	第2条第1項 第3号
サービス業	従業員5千万円以下の会社、又は 従業員100人以下の会社及び個人	第2条第1項 第4号

出所：(中小企業庁の中小企業の定義より転載)

(2) 小規模企業者の定義

中小企業のなかでさらに従業員数が少ない企業を次表のとおり小規模企業者として規定しています。中小企業は小規模企業者を含む概念ですが、小規模企業者にはさらに充実した支援策が規定されています。小規模企業者は日本の中小企業の90%に当たる約340万社を占め、日本の各地域に存在しているので、地域の経済や雇用を支える極めて重要な存在となっています。そのために小規模企業活性化法が制定され、小規模企業者に対しては、小規模事業者支援法、中小企業信用保険法、小規模企業共済法等により、各種の支援制度によりバックアップする体制が補強されています。

【表 2】³⁾ 小規模事業者の定義表

業種分類	小規模事業者	中小企業基本法
製造業 その他	従業員 20 人以下	第 2 条第 5 項
商業・ サービス業	従業員 5 人以下	同上

出所：(中小企業庁の小規模事業者の定義より転載)

3. 中小企業の知的資産と知的財産

(1) 中小企業の特徴

多くの中小企業の経営者や従業員は、日本人気質で切磋琢磨して技術開発やサービス向上に努力しているので、知的財産による保護活用策を適切に受けたいと思っています。支援機関や弁理士は、適切な施策や方策を提示したいが、中小企業が有する固有の知的資産ないし経営資源を把握する手段がありません。中小企業は、株式公開企業ではないので、公開義務がなく、特徴を正確に把握できないからです。そこで、中小企業の知的財産管理については、各社が必ず保持している知的資産の概念を把握からスタートする必要があります。

(2) 中小企業の知的資産

【図1】⁴⁾ 事業価値を高める知的資産の概念図



出所：((独) 中小企業基盤整備機構「事業価値を高める経営レポート」より転載)

知的資産とはバランスシートに計上されている無形固定資産以外の経営資源の全てを指し、図1に示すように、知的財産権、知的財産及び無形の資産であって、企業の競争力の源泉となるものです。中小企業は、各社に特有な特徴ある強みとなる経営資源を備えています。これら強みは無数に、かつ、一身専属的に各社が独自に保有しているはずで、これらの目に見えない特有な強みを活かして独自経営をしているにもかかわらず、中小企業は固有の経営資源である知的資産があることを明確に意識しておらず、積極的に活用していないようです。

知的資産としては、経営側からの人的資源としては、例えば「経営理念」「経営者の企画力」「経営者のアイデア力」「経営者の人的ネットワーク」「経営者の管理能力」「後継者の存在」「金融機関との良好な関係」等が挙げられます。従業員側からの人的資源としては、例えば「技能」「熟練技能者チーム」「従業員のチームワーク」「多能工」「製造ライン設計力」「従業員のモラル」等があり、企業全体としては「知的財産権」「技術・ノウハウ」「研究開発力」「製造力」「営業力」「顧客リスト」「ブランド力」「顧客満足度」「営業秘密管理規程」「職務発明規程」「セキュリティポリシー」「勤務規則」等が挙げられます。すなわち、知的資産（経営資源）は知的財産権を含む広い概念で用いられています。

(3) 知的資産の見える化

中小企業は、自社の知的資産を洗い出して、社内と社外から理解できるように「見える化」する必要があります。

中小企業が自社の知的資産を知ることができれば、自社の強みとして、金融機関（融資相談）、取引先（営業・提案）、入社希望者（採用）、事業連携（協力先）に周知させることができます。社内では、経営計画（経営陣）、社員教育（従業員）、業務改善（従業員）、事業承継（後継者）等において活用することが可能となります。

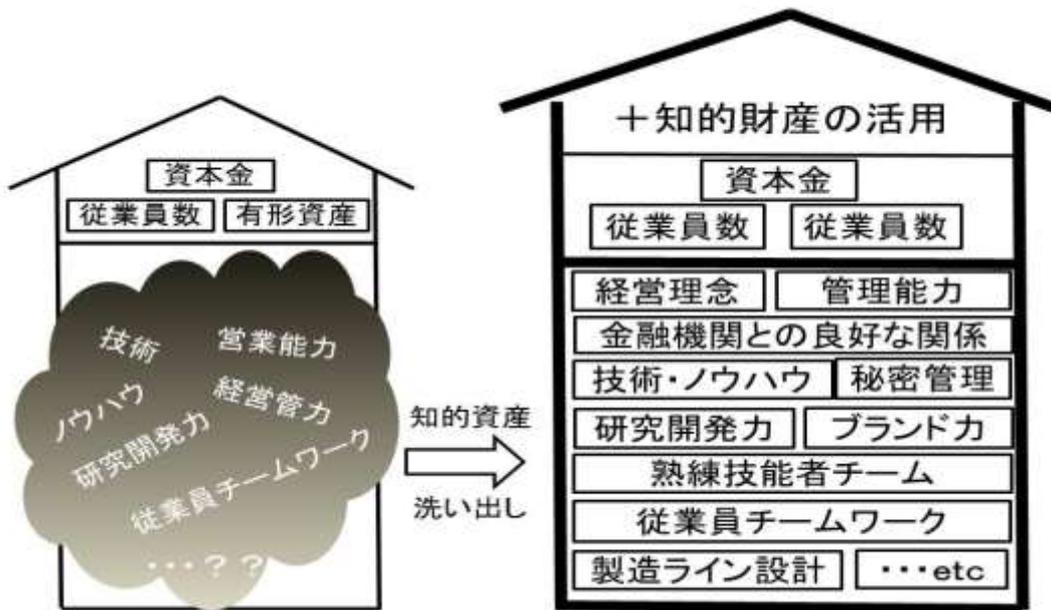
知的資産の整理・把握については、中小機構基盤整備機構がサイト上で開示している「事業価値を高める経営レポート」作成マニュアル改訂版から始めることを勧めます。上記経営レポートを資料1として添付します⁵⁾。経営レポートは、「Ⅰ. 企業概要」、「Ⅱ. 内部環境(業務の流れ)」、「Ⅲ. 内部環境 (強み・弱み)」、「Ⅳ. 外部環境 (機会と脅威)」、「Ⅴ. 今後のビジョン (方針・戦略)」、「Ⅵ. 価値創造のストーリー」の項目に分けられた作成のポイントにしたがって作成することができます。上記「Ⅱ. 内部環境 (業務の流れ)」はヴァリュー・チェーン的分析で作成することができ、必要に応じて写真又は図面を添付すると明瞭になります。「Ⅲ. 内部環境 (強み・弱み)」及び「Ⅳ. 外部環境 (機会と脅威)」はSWOT分析で作成することができます。

上記経営レポートを毎年1回作成すると、自社の知的資産を整理・把握する習慣が身に付きます。年度ごとに上記経営レポートを対比することができ、企業の進捗具合が一目瞭然となります。ノウハウに考慮して社内用と社外用に分けて作成します。

(4) 知的資産+知的財産

図2の左側は従来のままの知的資産の状態図を示し、図2の右側は知的資産を洗い出した状態図を示します。中小企業A社が画期的な新製品の特許権を取得した場合を想定して説明します。

【図2】⁶⁾ 知的資産の洗い出し前後の模擬図



出所：©吉田芳春2015. 11

図2左側のA社は、知的資産を明確に把握しておらず、かつ、開示もしていないので、社内に製造能力があるか否かが不明です。製造委託の場合には、外注先の選定から始めなければならず、特許権を有効に活かすことができません。知的資産が見える化されていないA社に対しては、金融機関や販売先等は直ちに協力することが難しくなります。

対して、図2右側のA社は、社内の「熟練技能者チーム」が難なく専用の製造ラインを設計して新製品を製造・販売することが可能です。ここで経営レポートがあれば、金融機関や販売先等はA社の知的資産を理解することができるので、新製品の製造販売事業に協力することが可能となります。

中小企業は、社内を見える化することにより、模擬図に示すように特許権の実施と知的資産との結合を明確に認識することができ、特に資金手当て・販売先確保・産業競争力等を見通せるので、画期的な新製品の開発販売に着手可能となるはずです。中小企業は、事業成功率を高めるためにも、知的財産+知的資産の組み合わせが必須なのです。

4. 中小企業の知的財産の特徴

(1) 中小企業の知的財産の課題

2009年版中小企業白書⁷⁾には、「知的財産に係る知識の不足」、「人材や資金不足」、「相談できる専門家の不足」、「模倣品や海賊版の横行」、「退職した従業員の営業秘密の流出」、「取引先や親会社を経由した技術流出」等が中小企業の知的財産管理の課題として示されています。知識不足や技術流出等は、中小企業が知財管理部署を備えていないことにも一因があります。

特に、「知的財産に係る知識の不足」と「人材や資金不足」を挙げる企業が多い傾向にあるが、この傾向は「過去に取得していたが現在は無い」企業に多くなっているようです。上述の傾向に鑑みて、特許庁は知財情報提供や研修の強化、「知的財産総合支援窓口」の全国55カ所設置、資金面等での支援強化を図っています。

(2) 中小企業の出願傾向

特許行政年次報告書2015年版によると、2014年度の内国人による特許出願件数は大企業が27万件のうちの87%を占め、中小企業は13%で約35000件となっています。しかしながら、中小企業にも業種や地域等の特性があるが、特許庁『「中小企業・地域知財支援研究会報告書」「実施状況について 2015年3月17日」』(以下「特許庁資料1」という。)において整理しています。

【表3】⁸⁾ 中小企業の業種別出願表

業種	製 造 業	卸売・小売業	サービス業
特性	自社開発型 ：自社技術で海外展開・高い開発力を有する企業 下請型・地場産業型 ：下請で培った技術で下請脱却を目指す企業	デザイン重視型 ：デザインを重視した消費財（食品等）を販売する企業	地域ブランド型 ：地域資源を活用した地域ブランドの全国展開を図る企業
企業数	43万社（11%） 特許：70% 意匠：61%	92万社（24%） 意匠：30% 商標：29%	156万社（40%） 商標17%
特許出願	70%		
意匠登録出願	61%	30%	
商標登録出願		29%	17%

出所：(特許庁「中小企業・地域知財支援研究会報告書 実施状況について」より編集転載)

製造業は、自社開発型、下請型及び地場産業型に区分けされます。自社開発型は、自社技術の開発能力を有する中小企業であって、海外展開を図っているか、又はニッチ分野での高い技術力を誇っています。自社開発型では、多くは知財部又は知財担当者を有しており、国内外の特許出願等を積極に行っています。

下請型は、大企業等の元請からの依頼に基づいて加工や納品等を行う中小企業であって、通常は特許権等を必要とせずに業務遂行できています。しかしながら、高度な製造・加工等の技術力を有しているため、技術力の知財化や製品開発に試みしており、自社開発型的要素を取込むことに挑戦しています。

地場産業型は、例えば漆器、織物、人形、陶磁器等のように一定地域の素材・資源を利用して地域独自の特産品を製造する産業であって、広く国内外に提供されている。輸出に際しては、主として海外での意匠登録出願や商標登録出願がなされています。

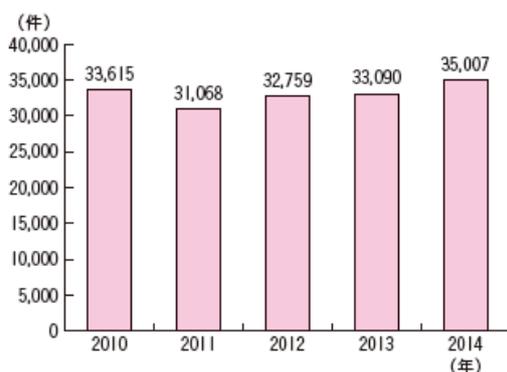
デザイン重視型は、デザインを重視した消費財を対象とすることが多いので、販売・流通を考慮して意匠登録出願や商標登録出願がする傾向にあります。

地域ブランド型は、通常商標や地域団体商標の登録出願をするほかに、今後は地理的表示制度や各種商品表示等を活用すべきです。

(3) 中小企業の特許出願

図3は、中小企業の2010年～2014年の内国人特許出願件数の推移を示すものです。2014年は前年比5.8%増の35,007件となっており、大企業特許出願が減少傾向にあるのに対して、中小企業の特許出願は2011年から出願増加を示しています（特許行政年次報告書2015年版より）。

【図3】⁹⁾ 内国人中小企業の特許出願の推移

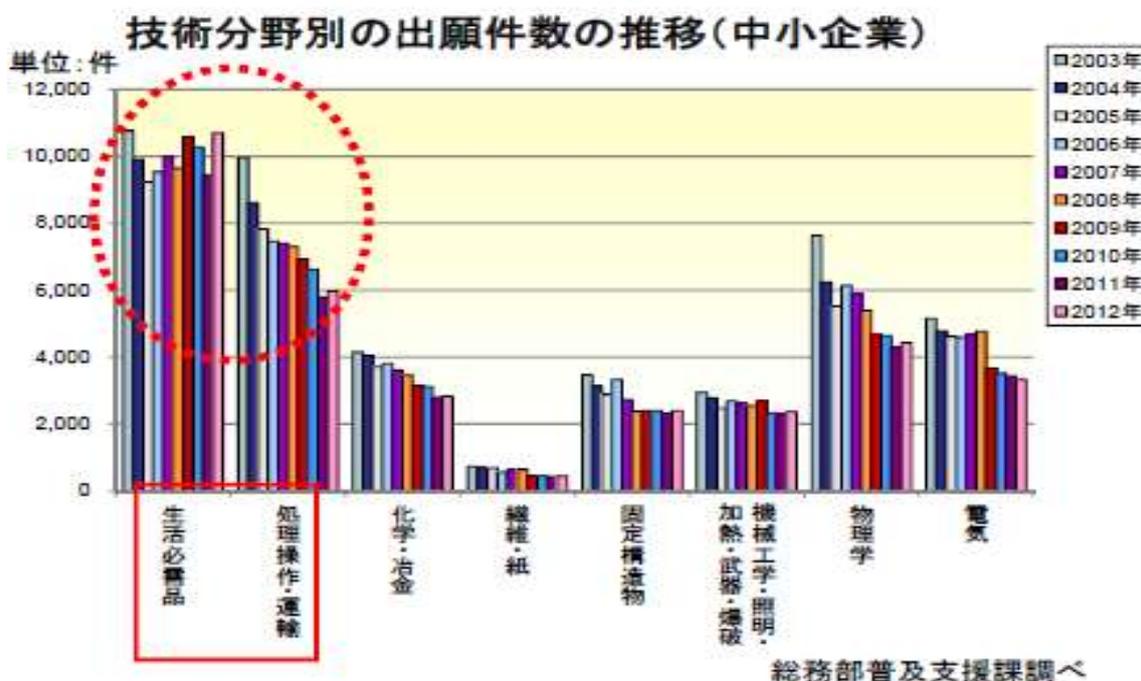


(資料)特許庁作成

特許庁総務部普及支援課「中小企業の知財出願状況 2014年5月16日作成」(以下「特許庁資料2013年版」という。)に基づきます。業種別では、製造業(70%)、卸売・小売業(12%)、サービス業(7%)の割合を占めています。製造業別の出願件数では、娯楽用機械や医療用機械器具等の一般機械器具製造業(48%)、電気・電子機械器具(11%)、化学工業(9%)、プラスチック製品(6%)、金属製品(6%)の割合を占めています。製造業別企業数では、金属加工機械、金型、食品機械等の一般機械器具製造業(29%)、電気計測器等の電気・電子機械器具製造業(14%)、金属プレス製品等の金属製品製造業(10%)、化学工業(9%)、プラスチック製品製造業(5%)の割合を占めています。

図4は、IPC別の中小企業出願件数の推移であるが、ゲーム・娯楽や医学・衛生学等の生活必需品分野の出願が最も多く、次いで運搬・包装や工作機械等の処理操作・運輸の分野が占めており、両分野で全体の50%を占めています。

【図4】¹⁰⁾



(4) 中小企業の実用新案登録出願

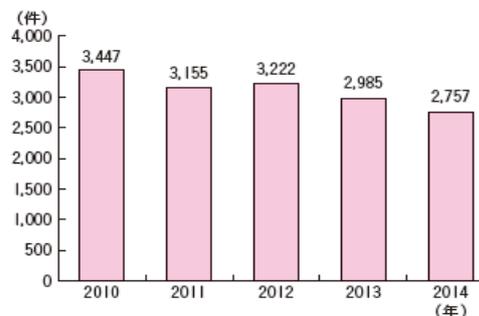
図5は、内国人中小企業の2010年～2014年の実用新案登録出願件数の推移を示すもので、2014年は前年比7.6%減の2,757件となっており、大企業との出願比率は50.8%と半数以上です(特許行政年次報告書2015年版より)。

分類別(IPC)では、家具類(A04)、運搬・包装・貯蔵(B65)、医学(A61)、農林畜水産業(A01)、建築物(F04)、基礎的電気素子(H01)、衣類(A41)、手持品・旅行用品(A45)、スポーツ・ゲーム・娯楽((A63)、手持品・旅行用品(A45)、機械要素(F16)の順に大きな割合を占めています(特許行政年次報告書2015より)。

なお、小職は、中国・タイ国・台湾・ベトナム・マレーシア・インドネシア等の実用新案登録制度を有する国に対して実用新案登録出願をすべきことを勧めており、特許権発生前の空隙期間を穴埋めする代替権利としての有効性を説明しています。パリ優先権期間を確保する必要がある場合には、日本国への内国人実用新案登録出願を基礎とすべきことを推薦しています。

【図5】¹⁾ 内国人中小企業の実用新案登録出願の推移

中小企業の実用新案登録出願件数の推移



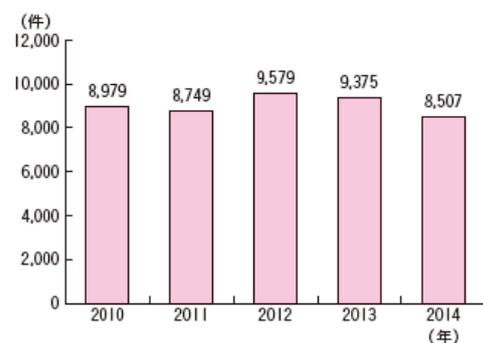
(資料)特許庁作成

(5) 中小企業の意匠登録出願

図6は、内国人中小企業の2010年～2014年の意匠登録出願件数の推移を示すもので、2014年は前年比9.3%減の8,507件となっており、中小企業の意匠利用率は1/3と比較的高くなっています(特許行政年次報告書2015年版より)。

特許庁資料2013年版によると、業種別では、製造業(61%)、卸売・小売業(30%)、サービス業(5%)の割合を占めています。製造業別の出願件数では、機械工具や医療用機械器具等の一般機械器具製造業(17%)、プラスチック日用雑貨・食卓品・容器等のプラスチック製品(16%)、建築用金属製品等の金属製品製造業(15%)の割合になっています。

【図6】¹⁾ 内国人中小企業の意匠登録出願件数の推移



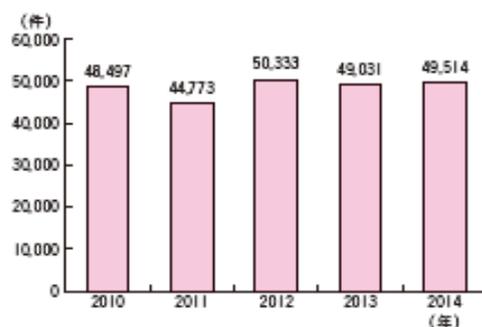
(資料)特許庁作成

(6) 中小企業の商標登録出願

図7は、内国人中小企業の2010年～2014年の商標登録出願件数の推移を示すもので、2014年は前年比1.0%増の49,514件となっており、中小企業の商標利用率は49.5%と高率になっています（特許行政年次報告書2015年版より）。

特許庁資料2013年版によると、業種別出願件数をみると、卸売・小売業（29%）、製造業（27%）、サービス業（17%）を占めています。次に、製造業別出願件数をみると、パン・菓子等の食料品・飲料・資料製造業（33%）、化粧品等の化学工業（19%）、サービス用・娯楽用機械器具や医療用機械器具などの一般機械器具製造業（11%）の割合になっています。

【図7】¹³⁾ 内国人中小企業の商標登録出願件数の推移

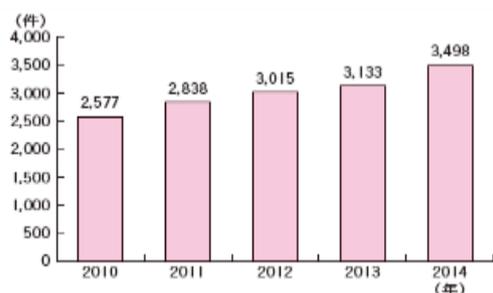


(資料)特許庁作成

(7) 中小企業のPCT国際出願

図8は、内国人中小企業の2010年～2014年のPCT国際出願件数の推移を示すもので、2014年は前年比11.7%増の3,498件となっており、中小企業のPCT利用率は8.6%（前年7.3%）と年々増加しています（特許行政年次報告書2015年版より）。中小企業にとっては、輸出や海外進出の準備期間のために、PCT国際出願の利用法が理解されてきたようです。

【図 8】¹⁴⁾ 内国人中小企業の P C T 国際出願件数の推移

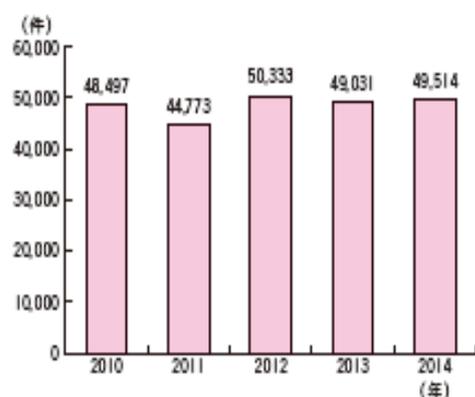


(資料)特許庁作成

(8) 中小企業の国際商標登録出願

図 9 は、内国人中小企業の 2010 年～2014 年のマドリッド協定議定書に基づく国際商標登録出願件数の推移を示すもので、2014 年は前年比 16.3% 増の 964 件となっており、中小企業のマドリッド協定議定書利用率は 48.7% (前年 44.3%) と年々増加しています (特許行政年次報告書 2015 年版より)。中小企業にとっては、マドリッド協定議定書に基づく国際商標出願の利用法が理解され、併せて費用削減の魅力も大きいようです。

【図 9】¹⁵⁾ 内国人中小企業の国際商標登録出願件数の推移



(資料)特許庁作成

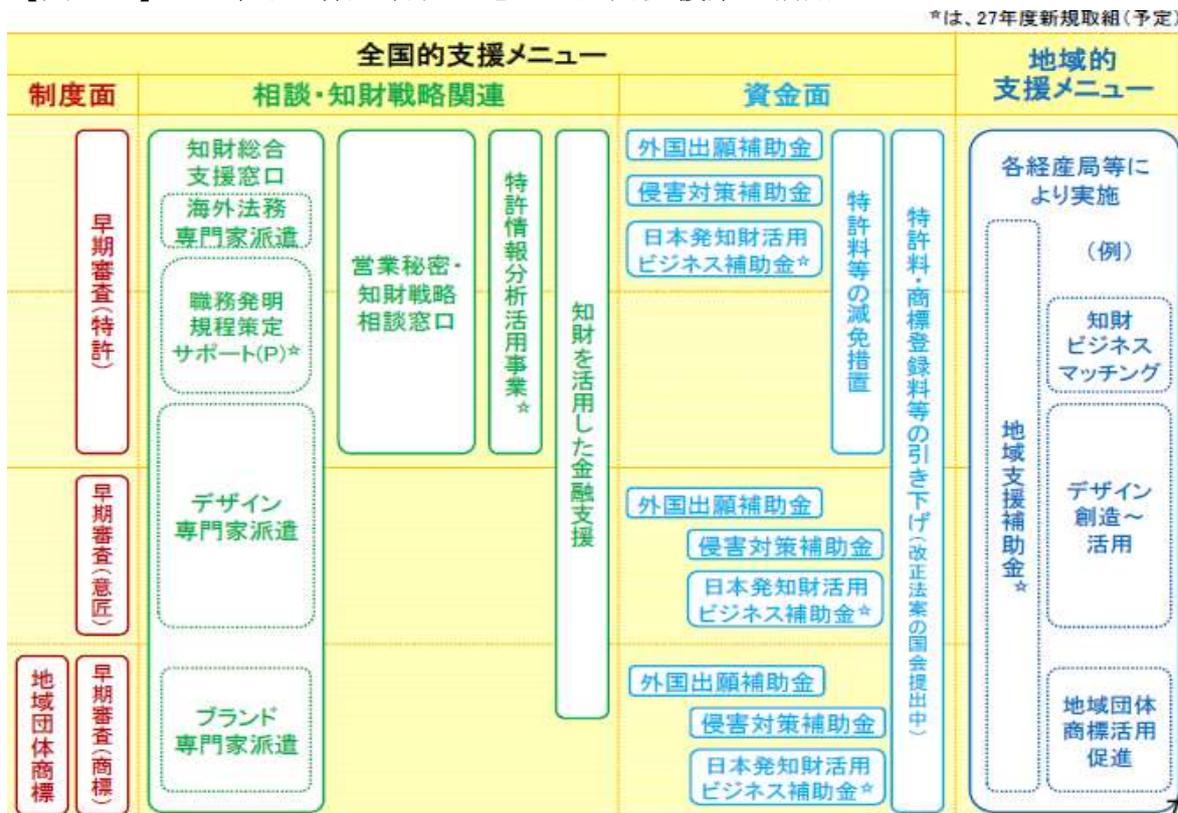
5. 中小企業への支援

(1) 支援体制

図10に基づいて、中小企業への知的財産支援メニューを説明します。特許庁は中小企業の支援を重要項目に掲げており、図10上段に示す全国的支援メニューは、制度面と、相談・知財戦略関連、及び資金面について説明し、その後地域的支援メニューを説明します。制度面では、審査迅速を制度化した早期審査制度（特許・意匠・商標）を設け、中小企業であれば早期審査を受けられるように設計しています。また、地域団体商標は、地域名+商品名からなる商標を早い段階で商標登録を受けられるようにし、地域ブランドの育成を通して地域振興に寄与しようとしています。

相談・知財戦略関連では、知財総合支援窓口の他に、営業秘密・知財戦略相談窓口を設け、営業秘密管理体制の構築を指導しています。経済産業省は、「営業秘密管理指針」を示し、「営業秘密管理規程」を公表しています。

【図10】¹⁶⁾ 中小企業の特性に応じた知財支援策の活用について

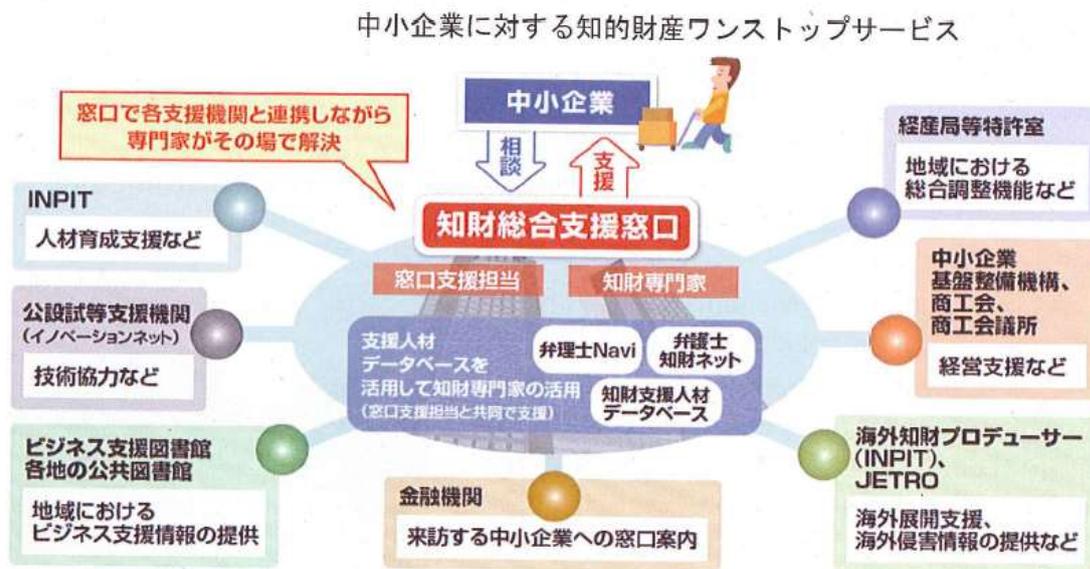


(出所)：特許庁「中小企業・地域知財支援研究会報告書 2015年」より一部転載

(2) 知財総合支援窓口

【概要】特許庁は、中小企業等が企業経営の中で抱えるアイデア段階から事業展開までの知的財産に関する悩みや課題を一元的に受け付け、知的財産に携わる様々な専門家や支援機関と共同して、窓口の場で解決を図るワンストップサービス「知財総合支援窓口」を提供しています。

【図 1 1】¹⁷⁾ 知財総合支援窓口について



出所：(特許行政年次報告書2012年版より転載)

知財総合支援窓口は、都道府県ごとに中小企業等にとって利便性が高い場所(全国55カ所)に設置されています。

【支援担当等】支援担当者としては、弁理士・弁護士・中小企業診断士・デザインやブランドの専門家・企業知財部OB等が配置されています。弁理士は窓口対応の研修を受けた者で、弁護士は知財ネットに登録されている者となっています。

【支援機関】

支援機関としては、INPIT(人材育成支援等)、公設試等支援機関(技術協力等)、ビジネス支援図書館及び各地の公共図書館(地域におけるビジネス支援情報の提供)、経済産業局(地域における総合調整機能等)、中小企業基盤整備機構、商工会及び商工会議所(経営支援等)、海外知財プロデューサー(INPIT・JETRO)、並びに金融機関(来訪する中小企業への窓口案内)が対

応する仕組みになっています。海外知財プロデューサーは、中堅・中小企業の海外進出・海外事業展開における知的財産の出願・調査等を支援します。

ここで、上記公設試は公設試験研究機関の略称で、国又は地方公共団体に設置され、試験研究および企業支援に関する業務を行うものです。当初は、工業試験場、工芸試験所、農業試験場・畜産試験場・水産試験場・林業試験場として分野毎に活動していたものを現在は統合しています。次に、(独)中小企業基盤整備機構は、中小企業向け高度化融資、小規模企業共済、中小企業倒産防止共済等を運営し、中小企業者・小規模事業者の事業活動の活性化のための基盤の整備を行うことを事業内容とするものです。

商工会議所は市を区域として主に中小企業の経営支援を行い、商工会は町村を区域として主に小規模企業の経営改善を行っており、知財総合支援窓口から遠い区域では別に発明相談コーナーを設けることがあります。

【案件・実績】

窓口案件としては、出願準備や類似技術調査等が大半を占め、次いで海外展開、営業秘密管理等になっています。特許庁報告では、2013年度で約15万件となったことが報告されています。

(3) 早期審査・早期審理制度

【概要】

早期審査・早期審理制度は、一定の要件の下、出願人からの申請を受けて審査・審理を通常に比べて早く行う制度です。最初は中小企業と発明実施を中心として設計され、その後拡大されています。申請に際しては早期審査申請書又は早期審理申請書に事情説明書を添付します。

【審査期間短縮の実績】

早期審査を申請した場合の特許出願の平均審査順番待ち期間は、早期審査の申請から平均約1.9か月となっており(2012年実績)、通常の出願と比べて大幅に短縮されています。また、早期審理を申請した場合には、申請後、審理可能となってから平均3.3か月で審決を発送しています(2012年実績)。早期出願対象は次の早期審査対象表1のとおりです。

【表 4】¹⁸⁾ 早期審査対象出願表

対象特許出願	事情説明書
・実施関連出願	・先行文献調査をして結果を記載⇒調査した先行文献と本願との対比説明 ・早期審査請求日より2年以内の実施が必要
・外国関連出願	・先行文献調査をして結果を記載⇒調査した先行文献と本願との対比説明 ・他特許庁の先行技術調査結果があるときは、代用可
・中小企業・個人 ・公的機関の出願	・知っている先行文献を記載⇒知っている先行文献と本願との対比説明
・グリーン関連出願	先行文献調査をして結果を記載⇒調査した先行文献と本願との対比説明
・アジア拠点化推進 法関連出願	・同上 ・研究開発事業計画の認定通知書及び同認定申請書
震災復興支援関連出 願	・知っている先行文献を記載⇒知っている先行文献と本願との対比説明 ・地震に関連して被害を受けた事情

(出所：特許庁「特許出願の早期審査・早期審理ガイドライン」より編集転載)

【対象出願の詳細】

i) 「実施関連出願」は、出願人又はライセンシーが実施予定又は実施中であるから、早期権利化の必要性が高いものです。中小企業・個人の他に大企業であっても、実施中であれば、実施関連出願の要件に該当します。実施予定の場合は、早期審査請求日から2年以内に実施する実施計画書等を添付します。審査請求手続と、早期審査申請手続は同時に行うことができます。

実施関連出願では、先行技術文献調査を行い、先行技術と本願との対比説明をする必要があります。出願人は、手続補正書案を添付して相違を主張することが可能です。

ii) 「外国関連出願」は、グローバルな権利化を円滑且つ迅速に図るために、PCT国際出願又はパリ条約出願に対して早期に基礎出願の審査・審理を受けられる制度です。PCT国際出願は、事情説明書に代えて他特許庁の先行技術調査報告を添付することができます。

iii) 「中小企業・個人・公的機関の出願」は、中小企業や個人の市場での競争力を早期に確保すべきで、他方で大学や公的機関の出願は、研究成果を早く社会還元するためにも早期審査が必要です。ここで中小企業は、前記「2. (1)

中小企業の定義」で定められており、小規模企業者も含まれています。中小企業や小規模企業者にとっては、特許権の早期確定こそが営業的にも法的にも強い競争力として活用可能になります。

iv) 「グリーン関連出願」は、地球環境に貢献するグリーン技術（例えば省エネやCO₂削減等）の環境分野への貢献をいち早く保護し、グリーン技術の研究開発の促進を図るために早期審査が必要になります。グリーン関連出願は、中小企業又は大企業であってもよく、出願人を問いません。

v) 「アジア拠点化推進法関連出願（2015年4月施行）」は、アジア地域等が国際的な経済活動の拠点となることに鑑み、グローバル企業の研究開発拠点や統括拠点の日本への呼び込みを促進するために、グローバル企業が日本国内に設立する国内関係企業の特許出願を支援するものです。国内関係企業は、企業規模を問われずに対象となり、支援策としては早期審査・早期審理と減免制度が提供されています。

vi) 「震災復興支援関連出願」は、東北大震災による災害救助法の適用地域に住所又は居所を有する法人又は個人が被害を受けた場合であって、事業としての発明又は実施される発明に係る特許出願を支援するものです。

vii) 「出願審査請求済みであること」は前提となっています。審査請求と早期審査申請の手続きは同時でも構いません。

viii) 「特許法第42条第1項の規定による取下げとならない出願であること」は、優先権主張の基礎となる国内出願が優先日から1年3月経過後にみなし取下げされるが、みなし取下げとなる見込みの案件を、早期審査対象として選定しないことを意味しています。

ix) 他の出願

意匠登録出願及び商標登録出願についても、早期審査・早期審理の制度があります。

(4) 外国企業の早期審査・早期審理制度の利用

【概要】

早期審査・審理制度は、一定の要件に該当した場合には外国企業にも適用されます。外国企業は、本国の証明書と翻訳を提出する必要があります。

申請に際しては早期審査申請書又は早期審理申請書に事情説明書を添付しますが、必要に応じて外国の証明書と翻訳が必要となります。

【表5】¹⁹⁾ 外国企業利用の早期審査対象出願表

対象特許出願	事情説明書
・実施関連出願	<ul style="list-style-type: none"> ・外国企業が日本で実施する場合、又は実施許諾を受けている場合は、実施関連出願に該当する。実施関連出願には外国大企業の実施を含む。 ・先行文献調査をして結果を記載⇒調査した先行文献と本願との対比説明 ・早期審査請求日より2年以内の実施が必要
・外国関連出願	<ul style="list-style-type: none"> ・外国企業が日本に第1国出願し、他国に国際出願する場合は、外国関連出願に該当する。外国関連出願には外国大企業も含む。 ・先行文献調査をして結果を記載⇒調査した先行文献と本願との対比説明 ・他特許庁の先行技術調査結果があるときは、代用可
・中小企業・個人 ・公的機関の出願	<ul style="list-style-type: none"> ・外国企業は、日本の中小企業基本法の中小企業の定義（製造業の場合：3億円以下又は従業員300人以下）に該当すれば、中小企業の出願に該当する。外国人出願は個人出願に該当する。外国の公的機関は含まれない。 ・知っている先行文献を記載⇒知っている先行文献と本願との対比説明
・グリーン関連出願	<ul style="list-style-type: none"> ・外国企業がグリーン関連出願をする場合は該当する。大企業も含まれる。 ・先行文献調査をして結果を記載⇒調査した先行文献と本願との対比説明
・アジア拠点化推進 法関連出願	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバル企業の研究開発拠点又は統括拠点として日本に設立する国内関係企業の特許出願が対象となる。 ・研究開発事業計画の認定通知書及び同認定申請書
震災復興支援関連出願	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の適用地域に外国企業の日本法人が設立され、震災被害を受けている場合の日本法人出願は該当する。 ・知っている先行文献を記載⇒知っている先行文献と本願との対比説明 地震に関連して被害を受けた事情

出所：特許庁「特許出願の早期審査・早期審理ガイドライン」より転載

(5) 減免制度

減免制度は、一定の要件を満たす中小企業等を対象に、「審査請求料」、「特許料（第1年分～第10年分）」及び「国際出願に係る手数料」等の料金が1/3から半額に減免される制度です。

ここで、産業競争力強化法（2014年1月施行）は、産業活動における知新陳代謝を活性するための事業再編を促すもので、減免も一つの手段になっています。減免手続に際しては、必要な証明書を提出する必要があります。

【表6】²⁰⁾ 減免対象表

減免対象者	根拠法令	措置内容
中小ベンチャー企業・小規模企業 82018年3月までに手続終了)	産競法75条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：1/3に軽減 特許料（1年～10年分）：1/3に軽減 調査手数料・送付手数：1/3に軽減 予備審査手数料：1/3に軽減
法人（非課税法人等）	特許法109条、195条の2	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～3年分）：半額軽減
研究開発型中小企業	産競法18条、ものづくり法9条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）*半額軽減
研究開発型中小企業（アジア拠点法）	アジア拠点法10条、	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減
アカデミックディスプレイスカウト	産競法17条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減
独立行政法人	産競法17条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減
公設試験研究機関	産競法17条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減
地方独立行政法人	産競法17条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減
承認TLO	TLO法8条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減
認定TLO	TLO法13条	<ul style="list-style-type: none"> 審査請求料：半額軽減 特許料（1年～10年分）：半額軽減

出所：(特許庁「特許料等の減免制度」より転載)

#「産業競争力強化法」は「産競法」に、「アジア拠点化推進法」は「アジア拠点法」に、「中小ものづくり高度化法」は「ものづくり法」にそれぞれ省略する。

(6) 外国中小企業の減免制度の利用

【概要】

減免制度は、一定の要件に該当した場合には外国企業にも適用されます。外国企業は、日本の中小企業の定義（前記2.（1）参照）又は小規模企業者の定義（前記2.（2）参照）に該当することで、減免制度の対象として取り扱われます。外国企業は、本国の証明書と翻訳を提出する必要があります。

例えば小規模企業者が産競法75条2項により審査請求料の軽減を申し出るときは、・小規模企業者の要件に関する証明書（本人の宣誓書）及び出願人が他の法人に支配されていないことの証明（株主名簿）を提出しています。審査請求料は178,000円のところ、1/3の53,330円に軽減されています。

【表7】²¹⁾ 外国企業の減免対象表

免除対象	根拠法令	特許措置内容
中小ベンチャー企業・小規模企業（2018年3月までに手続終了）	産競法75条	<ul style="list-style-type: none"> ・審査請求料1/3に軽減 ・特許料（1年～10年分）1/3に減額 ・調査手数料・送付手数料1/3に減額 ・予備審査手数料1/3に減額
研究開発型中小企業	産競法第18条、ものづくり法9条	<ul style="list-style-type: none"> ・審査請求料半額軽減 ・特許料（1年～10年）半額軽減
研究開発型中小企業（アジア拠点化推進法）	アジア拠点法10条	<ul style="list-style-type: none"> ・審査請求料半額軽減 ・特許料（1年～10年分）半額軽減

出所：（特許庁「特許料等の減免制度」に基づいて編集）

(7) 資金面での支援

中小企業等に対する資金的支援としては、外国出願補助金、侵害対策補助金、知財ビジネス評価書を説明します。

【外国出願補助金】

外国出願補助金は、特許庁が中小企業等の外国出願にかかる費用の半額を助成しているものです。特許出願が150万円、実用新案・意匠・商標の出願が各60万円を助成します。地域団体商標の外国出願については、商工会議所等に助成します。

【侵害対策補助金】

特許庁は、中小企業等の海外侵害対策を支援しており、中小企業の海外侵害調査費、模倣業者への警告費及び行政摘発費等の係争費用等の2/3を補助しています。

【知財ビジネス評価書】

知財ビジネス評価書は、中小企業の有する特許権や商標権について、専門の調査会社が技術内容やビジネス全体を評価して作成するもので、費用は特許庁が負担しています。知財ビジネス評価書は第三者による客観的評価資料であるので、中小企業は、知財ビジネス評価書を金融機関に提示し、知財担保評価資料として活用可能となります。また、中小企業は、取引先や連携先に示して協力を得ることができるよう、社内では客観的な経営資料としても活用できるものです。

(8) 地域的支援

地域的支援としては、地域団体商標制度と知財ビジネスマッチングとを説明します。

【地域団体商標】

地域団体商標制度は、「地域名+商品名/役務名」の文字から成る商標であって、事業協同組合・商工会・商工会議所・特定非営利法人（NPO法人）がその構成員に使用させることで需要者に広く認識されるにいたった商標を登録する制度です。例えば地域名「東京」と商品名「りんご」から成る「東京りんご」を一定条件下で地域団体商標として登録するもので、2015年10月末現在で

585件登録されています。地域団体商標は、地域の事業者の使用により地域活性化が図られるものです。

【知財ビジネスマッチング】

知財ビジネスマッチングは、大企業の開放特許（休眠特許を含む。）を中小企業が活用して新製品開発や新事業展開をしようとするもので、技術力と意欲のある中小企業に対して大企業の技術等をマッチングさせるものです。大企業は開放特許権の実施許諾とこれに伴うノウハウを開示して技術指導するので、中小企業は自社事業サイズに応じて実施可能となります。

地域の経済産業局は、地域中小企業の開発傾向や生産技術を理解していると同時に、地域の大学や公的試験研究機関の研究テーマを熟知しているので、開放特許との適切なマッチングをセットすることができます。また、実際の製造に備えて、地域の金融機関を含めた地域支援機関による連携体制を構築しているため、実績が上がっており、日本全国各地で開催されています。

6. 中小企業の知的財産マネジメント

中小企業の知的財産マネジメントについては、社内の知的財産管理体制、知財担当者の役割、知的財産の管理等を説明します。

(1) 社内の知的財産管理体制

中小企業が知的財産を重視した経営を実践するためには、経営者の行動が最も重要な要素です。

第1に、中小企業では知的財産のことは経営者に直接連絡して欲しいと特許事務所に指示しないことです。すなわち、経営者を知財担当者に兼任させないことです。中小企業の経営者は、事業計画・資金計画等々の重要事項を一身で担当しているので、知的財産が重要であることを理解していても、後回しになりがちです。その結果、期間渡過や後顧になることが多く、中小企業経営者≒知財担当者は中小企業では最も多い失敗ケースですので、未然に回避するためです。最初は、特許事務所との連絡のみの担当者を決めてからからスタート願います。

第2に、経営者は知的資産を重視し知的財産を活用した経営をすることを、従業員の前で説明しなければなりません。中小企業は、人数が少なく、経営者の説明によって企業意思統一がされ易い組織だからです。知的資産は、見える化（前記2.（2）（3）参照）されることで、自社の経営資源を従業員が理解し、従業員が自身の貢献度を認識できるために、主体性が発揮され易い社内雰囲気に変化してきます。従業員は、知的財産が無関係な事柄ではなく、知的資産を関連する知的財産を身近であると理解することが可能となります。

第3に、経営者は知財担当者を決め、従業員の前で紹介し、協力を求めることが必要です。中小企業では、知財担当が製造や営業のように直ちに利益に貢献しない業務であるうえに、知識不足から知財担当者を無視する傾向が多くみられることを予め解消しておくためです。

(2) 知財担当者の役割

中小企業の知財体制については、第1段階A+と第2段階A++とに分けて説明します。

【第1段階A+】

知財担当者は、公報社内閲覧、期限管理、社内説明が主な仕事になります。最初から専任ではなく兼任からスタートしたほうがスムーズに業務遂行できます。兼任知財担当者は、特許庁データベース（J P l a t P a t）を利用した特許情報を関連部署にメールし、社内閲覧を勧めます。特許情報の範囲は、自社製品・業務の関連分野と競業先の公開公報・特許公報です。最初は、配布する公報の従業員説明会を開催し、公報の読み方を説明します。次に、公報データを月1回程度メール配付し、配布先も技術・設計担当や製造担当等に限定し、公報を閲覧する習慣を養って頂きます。回数は増やしても月2回程度で十分です。配布先は営業担当まで広げます。なお、閲覧済みメールを回付する等の工夫によって閲覧が浸透してきます。

期限管理は、販売前/ホームページ掲載前の出願依頼、手続期間、年金等です。兼任知財担当者は弁理士との協力体制をつくってダブルチェックすることが必要です。

社内説明会は、知財担当者や外部の弁理士が講師となって社内で知的財産の説明をし、従業員への知財普及を図ります。

【第2段階A++】

知財担当者は兼任よりも専任が望ましくなります。知財担当者は、発明の発掘、社内での職務発明規程を施行し、社内での発明発掘を奨励します。発明の発掘に伴う発明提案書や譲渡書等を作成し、これらの周知化を図ります。知財担当者は、発明者を表彰する等々の発掘活動をするほかに、知的資産の活用や業務改善等に係る表彰制度等を検討します。

次に、知財担当者は、知的財産戦略を策定し、マップに基づいた説明会を開催します。

さらに、知財担当者は、営業秘密管理の重要性を説明し、営業秘密管理規程を社内実施できるようにします。営業秘密管理規程については、従業員の温度差があるために、社外専門家に社員への必要性の説明を依頼した方がスムーズになっているようです。

【知財担当者の特許事務所内研修】

当職は中小企業の知財部として活動してきた経験を踏まえて、第1段階及び第2段階に適応する知財担当者向けの当事務所内における研修を実施しています。当事務所内研修は、秘密保持契約を交わした後に、当事務所内にノートパソコンを持参して頂き、最短1週間（5日間）から最長1ヶ月の研修を実施しています。研修依頼先の実際の案件に基づく先行技術調査、発明提案書の作成、

特許出願明細書及び図面の作成、拒絶理由通知に対する意見書や手続補正書の作成、期限管理の仕方、職務発明規程の説明、営業秘密管理規程の説明等について、担当弁理士が指導・添削します。研修受講者は弁理士レベルのカリキュラムを実践することになります。

以上のとおり、中小企業では一人知財担当者が通常状態であって、知財担当者の能力が中小企業の知財管理能力となるので、頑張って頂きたいものです。

(3) 産業財産権の管理

特許権・実用新案権・意匠権・商標権に係る管理について説明します。

① 技術の発明化作業

I. 中小企業や小規模企業者の大部分は、大企業のような知財管理部署を有していないので、製品の完成時に特許出願を依頼することが多くなっています。依頼は、製品動画や製作図に基づくことが多く、発明提案書に接することがありません。中小企業は製品=特許発明であると誤解しているようです。広くて強い特許権を取得するためには、製品を特許発明として表現する発明化作業を行う必要に迫られています。図12の技術1を用いた製品は、販売対象ですが、特許明細書では最良の一実施例に過ぎません。換言すると、技術の発明化作業とは、技術1を技術Nまで増加して技術的思想として保護強化を図る手法です。

特許明細書は現物主義ではなく、技術的な思想ないし考え方を文字や図面で特定する書面主義であるので、技術Nまでを抽出することができれば、文字や図形で特定して発明を広く強く特定することが可能となります。

【図12】²²⁾ 製品（技術1）と発明との関係図



(出所) : ©吉田芳春2015

Ⅱ. 発明化作業は、ブレinstローミング方式の自由な発言により発明提案書を作成します。発明提案書は表 8 に示す準備書類を作成しておきます。社内で開くときは、兼任担当者が音頭をとり、発明者が技術 1 を説明し、製造担当が製造ラインから技術に対する意見を述べます。営業担当はユーザー目線から技術に対する意見を述べ、購買担当はコスト等に基づく価格面から技術に対する意見を述べます。必要に応じて、発明者のライバルにも意見を述べてもらうことがあります。特許事務所内で開くときは、弁理士と発明者・担当者を交えてブレinstローミングします。いずれにしても、発想を促し易い和やかな雰囲気で行うことが望ましいと考えています。

発明提案書には複数の技術 1～N を記載し、弁理士は発明提案書に基づいて広く且つ強い明細書を作成できることとなります。別なアイデアは別な開発テーマに活用できます。ブレinstローミングによる発明化作業は、大企業でも実行しているようです。

【表 8】²³⁾ 発明提案書の作成手順表

準備書類	<ul style="list-style-type: none"> ・従来公開方法と技術の一覧表 ・ライバル出願・特許の一覧表
製品	<ul style="list-style-type: none"> ・当初設計図、・見本、・製品設計図、・製品、・特徴項目出し
出席者	<ul style="list-style-type: none"> ・兼任担当者、・発明者、・製造担当、（・営業・購買）
進め方	<ul style="list-style-type: none"> ・兼任担当者の準備、・開発者の製品説明、・ブレinst ・飲み物準備して穏やかな雰囲気
提案書	<ul style="list-style-type: none"> ・多数のアイデアから提案書を 1 件～数件作成 ・アイデアの提供に応じて発明者追加 ・別アイデアを別な開発テーマとする

(出所) : ©吉田芳春 2015

Ⅲ. 「藁焼き鰹のたたきの自動化ライン」に基づいて発明化作業を例示します。特許明細書の図 5 及び図 6 の上側コンベアには鰹の切り身が載せられ、下側コンベアに載せた藁を燃焼させ、それぞれ矢印の方向に走行しています。発明者である鰹の叩き業者とコンベア設計業者と、当職と書記との 4 人でブレinstローミングを行いました。発明者らの提案した技術 1 を左欄に示し、発明化作業例を右欄に示しています。

【表 9】²⁴⁾ 提案した技術 1 と発明化作業表

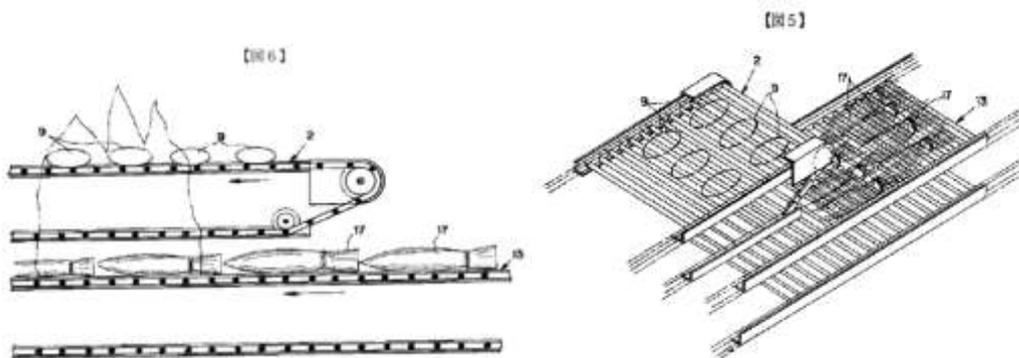
提案技術	発明化作業
金網のコンベアの 2 段重ね	<ul style="list-style-type: none"> ・金網⇒搬送帯（金属・セラミック・金網・帯片・他） ・2 段⇒限定外す（2 段・3 段・多段）
鰹の切り身を 載せる	<ul style="list-style-type: none"> ・鰹⇒被加熱物（鰹・鮪・鮭等・牛肉・鶏肉・羊肉・豚肉等） ・切り身⇒限定外す（切り身・非切身体） ・載せ⇒限定外す？（載せ・吊下げ等）
下段のコンベアに 藁を載せ	<ul style="list-style-type: none"> ・下段⇒限定外す ・藁⇒燃焼物（藁・葉・茅・チップ・薪・炭・練炭等） ・<u>燃焼させて走行する技術に新規性あり</u>
上下コンベアを走 行させて	<ul style="list-style-type: none"> ・上下⇒限定外す（2 段以外を含む） ・叩き⇒限定外す（表面焼き（叩き）以外を含む）

（出所）：©吉田芳春 2015

IV. 審査の過程において、「被加熱物」は「鰹、鮪、鮭、牛肉、鶏肉等」に補正されています。鰹叩きの自動化ラインの発明は、審査及び審判を経て特許第 3 1 1 3 8 2 6 号として特許されています。特許請求の範囲第 1 項は、「第 1 搬送帯を走行させ、この第 1 搬送帯に鰹、鮪、鮭、牛肉、鶏肉等載せて搬送する一方、第 1 搬送帯に沿って第 2 搬送帯を走行させ、この第 2 搬送帯に鰹、鮪、鮭、牛肉、鶏肉等を加熱調理する燃焼物を載せて燃焼させながら搬送することを特徴とする食品の加熱方法。」と補正されて許可されています。

V. 鰹の叩き業者は、共同出願契約を締結し、この特許権に基づいてコンベア設計業者からコンベアを購入し、藁焼きによる鰹叩きの大量生産に成功しています。2 番手技術の参入が難しい特許請求の範囲なので、ニッチトップになりました。

【図13】²⁵⁾ 藁焼き鯉のたたき製造装置の特許図面



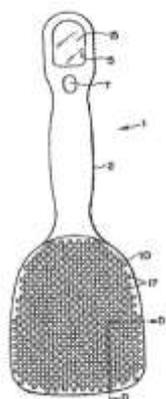
(出所)：図5及び図6は特許公報第3113826号より転載

② 物品の考案化作業

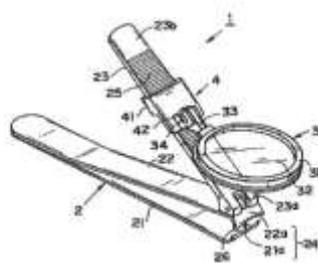
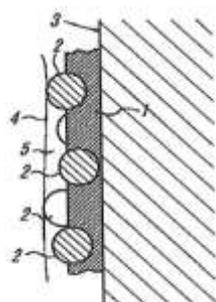
実用新案法は、物品の形状、構造又は組合せに係る考案を対象とし、無審査で出願日から約2ヶ月で登録しています。物品の形状は左側図のしゃもじのへらの凹凸の如きです。中央図の物品の構造は電柱や建造物壁等に屋外装置品1を取り付けし、表面から球面体2を表出させてビラやチラシ等の張り紙を付着させ難くした構造です。右側図は爪切りと拡大鏡の組み合わせた物品の組合せです。

【図14】²⁶⁾ 物品の形状・構造・組合せの考案例

①しゃもじの凹凸形状



②屋外装置品の表面構造



③拡大鏡付き爪切り
爪切りと拡大鏡の組合せ

(出所)：グローバル時代の知的財産権活用戦略34頁より転載

実用新案登録出願は2013年度が約7500件で、そのうちで中小企業が約3000件を占めています。実用新案登録出願に際しては、上記発明化作業と同様な物品の考案化作業をしますが、説明を省略します。

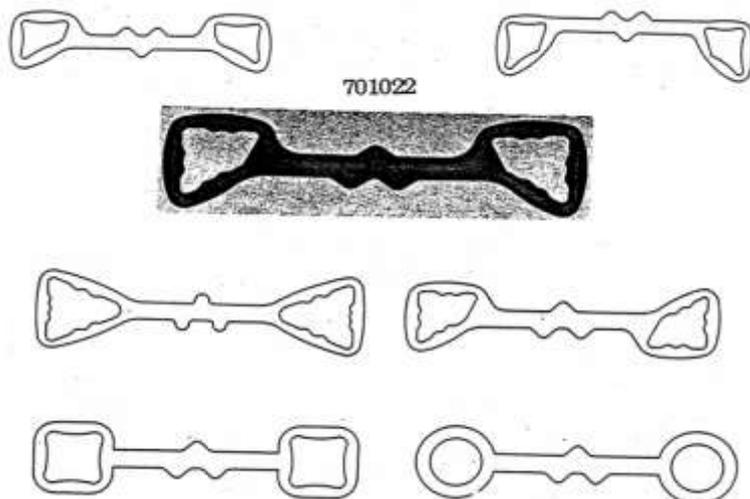
ここでは、実用新案登録出願が中小企業にとって必要な理由を述べます。

- I. 出願費用が安価です（請求項3の場合、特許出願が145,000円で実用新案登録出願が21,200円）。
- II. 短サイクル商品（流行品・季節品）は長期保護が不要です。
- III. 実用新案権で商品を早期保護し、その後に特許権で製造方法等を長期保護します。
- IV. アジアでの特許出願の権利化空隙を解消するために実用新案登録出願を併用します。

③ デザインの類似化作業

- I. 意匠権の効力は登録意匠及びこれに類似する意匠に及び（意匠法23条）、類似する意匠の判断は需要者の美観に基づきます（意匠法24条2項）。即ち、類否の判断は需要者の美観に依拠するために当事者間の争いとなることが多いので、関連意匠（類似意匠）を取得できるように、予めデザインの類似化作業を進めておきます（意匠法10条）。
- II. 運動補助具（第701022号）は左右両側の把持部を両手で持ち、前屈や左右側展をしたり、中央の突起で指圧等をするためのもので、多用途の体操補助具として東京都の棒体操協会で使用されています。中央の黒色成形品を販売するに当たり、デザインの類似化作業を創作者に教授しました。全部で17デザインが持ち込みされ、図示されている6点を選んで類似意匠（関連意匠）の意匠登録出願をしました。

【図15】²⁷⁾ デザインの類似化作業例



出所：グローバル時代に知的財産権活用戦略42頁より転載

Ⅲ. デザインは、連結棒の左右にはほぼ三角形で対照する一对の握り部と、これら握り部間を連結する連結棒とその中央部位の突起から全体構成されており、握り部の二等辺の他辺内角からずれた位置に連結棒が連結されている構成が特徴であると認められます。

特許庁審査では、最下位の四角形握り部と円形握り部の運動補助具以外が類似する意匠として登録されています。握り部の三角形のデザインが特徴であると審査されたことが伺われます。

Ⅳ. 中小企業は、登録意匠だけではなく、これに類似する意匠（現在は関連意匠）を登録することが必要です。その結果、連結棒の連結位置や突起の配置等の相違に拘らずに類似範囲であることが推認されるので、無用な模倣が阻止されるうえに、権利範囲が拡大されることを理解願います。

④ 商標の類似化作業

Ⅰ. 商標権の効力は、指定商品又は指定役務についての登録商標の使用の専有範囲（商標法25条）の他に、類似する範囲での他人使用が禁止権の範囲（商標法37条）として規定されています。商標の類否判断は称呼（呼んだときの音）・外観（見た目）・観念（連想する考え方）の各観点から判断され、総合的に判断されます。商品・役務の類否は類似商品・役務審査基準に基づいて判断されています。商標調査に際しては、商標の類否と指定商品・役務の類否とを踏まえて行われます。

Ⅱ. 登録商標「白い恋人」は、漢字「白い恋人」が専有権の範囲で、禁止権の範囲は「シロイコイヒト」が称呼類似、「WHITE LOVER」が日本語/英語で同一意味を有する観念類似で、「白い変人」の漢字「変」と「恋」が一見して近似する外観類似と言えます。また、指定商品・役務では、第30類の「菓子・パン」を専有範囲とし、類似商品・役務は「第35類：菓子及びパンの小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」が禁止権の範囲となります。

Ⅲ. 中小企業は、上述のように、登録商標が、商標の同一・類似の範囲と、商品・役務の同一・類似範囲に効力が及ぶことになることをご理解願います。特に、海外では、日本語の称呼が外国語でどのような意味内容（観念）となるのかに注意し、また日本語と外国語の類似範囲に異同に注意願います。

【表10】²⁸⁾ 登録商標の類似範囲例

	登録商標		商品・役務
独占権 の範囲	白い恋人 第1435156号		30:菓子、パン
	登録商標の類似		類似商品・役務
禁止権 の範囲	称呼	シロイコイヒト	35:菓子及びパンの小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供
	観念	WHITE LOVER	
	外観	白い変人	

出所：©吉田芳春2014

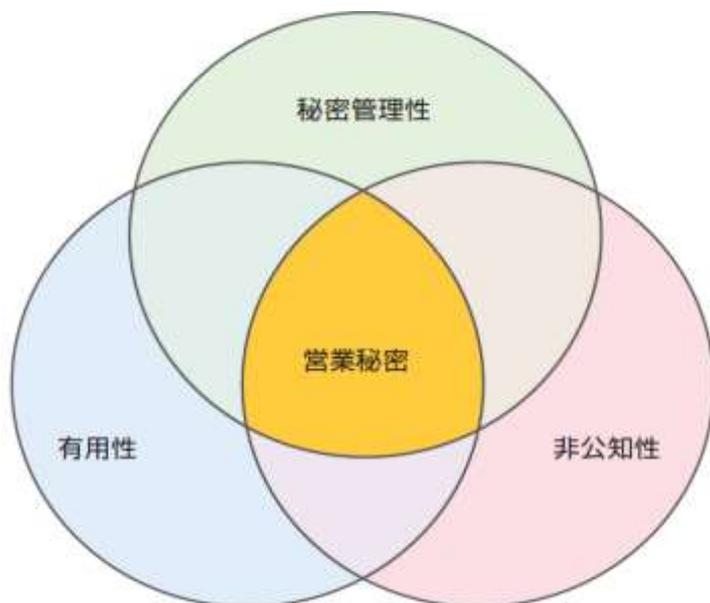
(4) 営業秘密の管理

営業秘密の管理については、条文の根拠・中小企業での必要性・規程類の社内施行・規程類の構造・秘密の特定手法について説明します。

① 営業秘密の管理

I. 知的財産基本法第2条第1項には、「知的財産とは発明、考案、植物の新品種、意匠、著作物その他の人間の創造的活動により生み出されるもの・・・(中略)・・・営業秘密その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報をいう。」と規定され、営業秘密が知的財産であることが明記されています。不正競争防止法第2条第6項は、営業秘密として保護されるためには、「事業活動に有用な技術上又は営業上の情報」であることと、「公然と知られていないもの」であることと、「秘密として管理されている」ことの3要件の具備を規定しています。

【図16】²⁹⁾ 営業秘密の要件図



(出所)：東京都；中小企業経営者のためのノウハウの戦略的管理マニュアルより転載

Ⅱ. 営業秘密の管理は中小企業にとっても最重要課題ですが、現状は不十分な対応でやり過ごしています。中小企業こそは、従業員に対して営業秘密の保護こそが従業員自身の生活に直結していることを理解させるべきです。

進め方としては、最初は、営業秘密管理規程と入社時から退職時までの契約書（誓約書）、あるいはノウハウと出願とのチェックリスト類を準備し、経営陣に教育内容を説明します。その後、本社や工場を回って順次従業員に説明して了解を取り付けてゆきます。説明の際には知財担当者よりも弁理士等の社外講師のほうに社員も耳を傾ける傾向があります。

Ⅲ. 説明会では、社員から競業避止義務の有効性や期間等に関する厳しい質問を受けることがあります。その際は、憲法上の職業選択の自由（憲法22条1項）を前提とし、同義務に係る判例一覧表を提示したうえで、個社の実情まで言及して社員に考えて頂くようにする必要があります。

Ⅳ. 社員への説明が終了した後に、経営陣から営業秘密管理規程の社内施行と契約書（誓約書）、その他勤務規則の改正、セキュリティポリシーの確立等を進めます。管理対象となる営業秘密に関しては、「極秘」「秘」「社外秘」を区別して特定し、その後には随時変更してゆく必要があります。

上記の他に、従業員の入退出管理や出入業者の管理、社外との秘密保持契約等の措置を実行する必要があります。

Ⅴ. 営業秘密管理は、営業秘密管理規程を中心とし、営業秘密管理基準によ

る取扱い基準が定められ、役員及び従業員は営業秘密管理規程に基づいて誓約書（契約書）を企業と取り交します。表 1 1 の営業秘密管理規程類を資料 2 として別添します。

【表 1 1】³⁰⁾ 営業秘密管理規程類

規程類	概要
営業秘密管理規程	営業秘密管理に必要な事項を定めるものであって、不正競争防止法で営業秘密として保護されるための必須条件となるもの
営業秘密管理基準	規程の下位で「極秘」「㊟」「社外秘」の取扱い基準を定める
誓約書（入社時）	秘密特定が大雑把なので、有効性に乏しい
同（昇進時）	所掌する具体的な秘密を特定
同（プロジェクト）	テーマを特定し、コンタミを防止
同（退社時）	電子記録媒体等の回収、 競業避止義務の確認、 秘密保持手当の有無

（出所）：©吉田芳春 2015

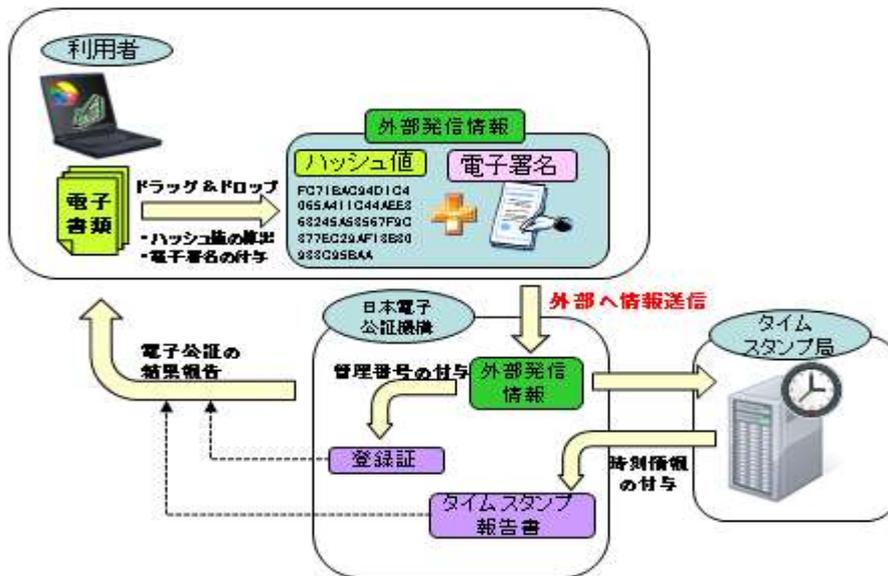
資料 2 は経済産業省ホームページに掲載(日本語のみ。巻末に英訳版を添付)

② 営業秘密の特定

I. 管理対象となる営業秘密が何であるかは、明確に特定する必要があります。営業秘密の特定は、公証人役場での公証人による公証が強い証明力を有しています。

II. 管理対象としている営業秘密に関しては、民間の電子認証を取得して特定していくと効率的に管理ができます。利用者は、パソコンの電子書類へのドラッグ&ドロップの操作のみでプログラムが起動するので、電子書類は暗号化（ハッシュ値）され且つ電子署名がなされた状態で外部へ送信され、外部機関は管理番号を付与した登録証とタイムスタンプ局からのタイムスタンプ報告書とを電子公証として報告するシステムです。管理している営業秘密の特定、共同研究時にノウハウ等の保持証明、研究データの時系列的証明等について、パソコン上で簡単に証拠づくり可能となります。民間外部機関としては㈱日本電子公証機構を利用しています。

【図 1 7】³¹⁾ 民間の第三者証明



出所：(株)日本電子公証機構より転載

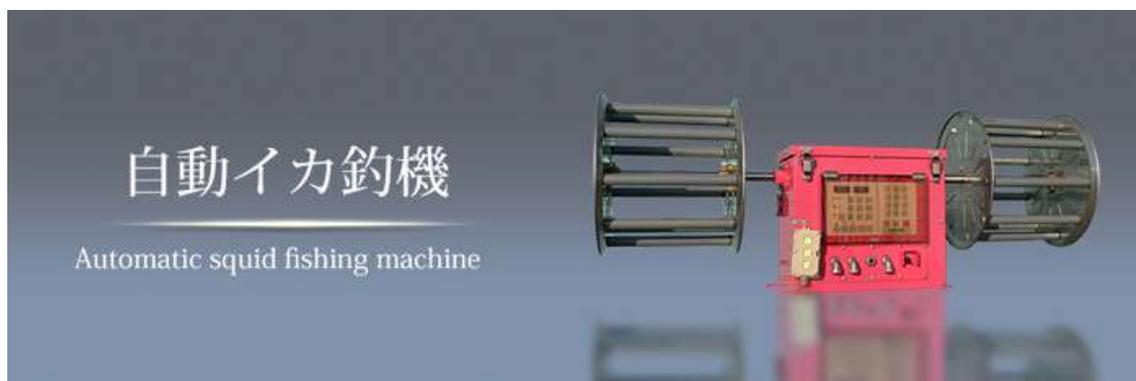
7. 中小企業の知的財産戦略

中小企業が実施しやすいニッチトップ戦略、ブランド戦略、パテントプール、知財担保融資による活用例を示しますので、ご参考願います。

(1) ニッチトップ戦略

- I. 開発手法としては、他社新商品を参考にした類似構造で機能が同程度又は少しアップした2番手商品を安価で提供する手法が知られています。2番手商品は、一定数を売上できるものの、新商品を超越することができません。
- II. (株)東和電機製作所(北海道函館市)は、自動イカ釣機の国内・国外の70%を占めるグローバルニッチトップ企業になっています。自動イカ釣機は、イカを誘うように釣り糸を一旦引き上げ/その後に釣り糸を下げることを繰り返す「シャクリ動作」で特許権を取得できました。シャクリ動作により良くイカが釣れるという評判がたち、これが同社躍進のスタートになったようです。

【図18】³²⁾ 自動イカ釣機



出所:(株)東和電機製作所ホームページより転載

- III. 開発テーマの選択は次のように行われています。第1に、社長や工場長が釣り漁船に直接出向き、船上情報を漁師から肌で感じ取り、漁労員からも要望を入手しています。工場での設計のみではなく、漁船上の現場情報を肌で感じるにより、漁船上での不便さが開発のヒントになります。しかも、意思決定できる技術者が船上情報を肌で感じ取っている訳です。第2に、漁師が操作しやすい装置提供と改良を続け、メンテナンスに迅速対応しています。お客様の要望に応えることが改良の道しるべとなり、顧客層の構築にも繋がります。
- IV. 第3に、改良技術等に対応して時系列的に特許出願をし、他社侵入を排

除できる知財防御体制を構築し続けています。時系列な知財網は、漁船の不便さを解消する方向で時系列に構築されているので、他社改良による侵入の道を塞ぐ城壁になっています。同社は、同様な手法により、ホタテ関連機器、マグロ等の1本釣り機、LED集魚灯等のニッチ分野でも特許権を活用して躍進しています。

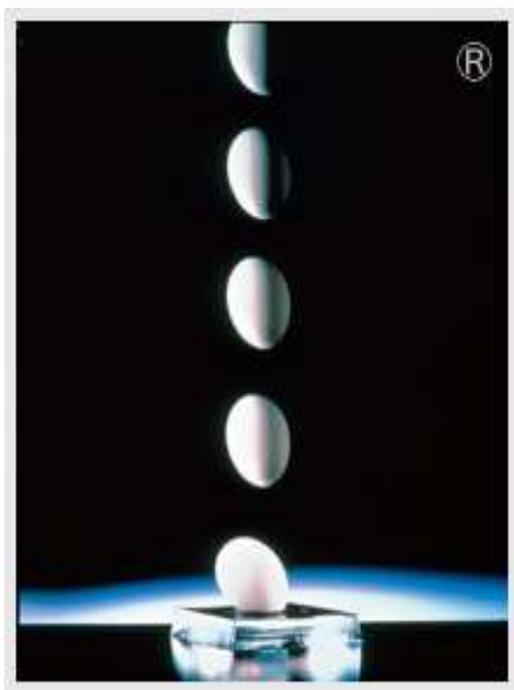
V. 中小企業は、顧客が要望する製品群の提供力と、これら製品群を時系列的に防御する知財力とを兼備することで、ニッチトップ企業となることが可能です。

(2) ブランドづくり

I. ハウスマークや主力の製品名又はサービス名は、中小企業を直接的にイメージ手掛かりそのものですので、子育てのように思いを込めて大事に育てゆく必要があります。

II. (株)タイカ(東京都港区)は、多機能素材、ウエルネス等を主たる事業とする開発型企业です³³⁾。衝撃吸収性に富む多機能素材は同社の主力商品であり、「アルファージェル®」、「ALPHA-GEL®」、「 α -gel®」及び「 α GEL®」の各表示態様を多分類で登録しています。特徴的なことは、図19で示す生卵の落下写真を図形商標として多分類で登録していることです。

【図19】³⁴⁾ 落下する生卵を割らずに受ける α GEL®シートを示す写真



出所： (株)タイカのホームページからの転載)

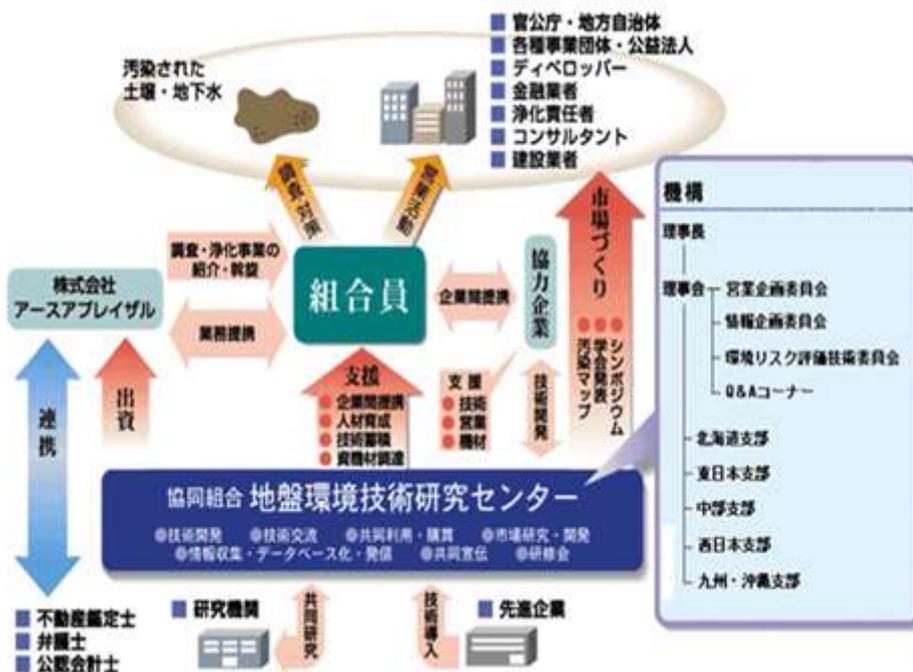
Ⅲ. 同写真は、ビル6階（地上18m）からの落下テストで、2cm厚のαGEL®シートに生卵を割ることなくピタリと静止させています。英国放送局BBCが日本のミラクル技術として同写真を放送したことで、世界中で注目されました。図形商標としては、落下写真がαGEL®のミラクル性能を直接的に連想できるようになっています。αGEL®のブランドからは、図形商標としての落下写真がイメージされます。同社は、落下写真とαGEL®との密接不可分性を考慮すると同時に、写真イメージへのただ乗りや模倣拡散を阻止すべく図形商標として登録しています。

Ⅳ. 同社のように、中小企業は資源を集中して主力のハウスマークやブランドのイメージを大事に育て商標的価値を高めてゆく努力が必要です。特に、生卵の落下写真の図形登録商標とαGEL®は、相互に連想してイメージアップする関係となる素晴らしいブランド戦略であると思われます。

（3） パテントプール

I. 複数特許権を集め、参加者にライセンスを許諾するシステムをパテントプールといいます。協同組合地盤環境技術研究センター³⁵⁾は、組合員からの特許権を一括管理し、組合員からの申込に応じて土壌検査方法や試薬等の特許権を実施することができ、支払われた実施料を分配・管理しています。組合員は、面倒な実施許諾契約を経る必要がないうえに、組合員の実施にともなって土壌検査技術が標準化され、土壌検査への社会の信頼性が向上しています。

【図 2 0】³⁵⁾ 協同組合地盤環境技術研究センターの概略図



出所：協同組合地盤環境技術研究センターのホームページより転載

Ⅱ. パテントプールは小規模企業者に対して次の利点をもたらします。第1に、地盤環境に係る特許権のプールが外部に対して進展します。第2に、小規模企業者各社が希望する地盤環境に係る特許権を実施可能となって、特許権の利用価値が向上します。第3に、小規模企業者各社の実施に伴って、地盤環境技術に対する社会的評価が向上します。第4に、地盤環境技術の技術標準化が進行します。

Ⅲ. パテントプールは中小企業や小規模企業者が活用できるシステムであって、例えば業界毎又は取引関係毎等の特許権をプールすれば、外部に対しては特許権群に保護されたスムーズな業務活動を行え、内部では技術標準化による無駄を省くことになります。

(4) 知財担保融資

I. 商標権は、企業の暖簾やハウスマークあるいは商品名やサービス名を対象として登録されています。商標権は、継続使用されると、暖簾やマーク等へのブランド信頼性が高められ、業務上の信用 (Good Will) が蓄積されるので、担保価値が高くなってきます。因みに、インターブランド社³⁶⁾のブランド格付け2015では、1位アップル社の「リンゴ」図形は20兆4331億円(1\$120円換算)、6位トヨタ社の「エンブレム」+「TOYOTA」ロゴは5兆7658億円の価値評価が示されています。

II. 商工組合中央金庫は、ニューズリリース³⁷⁾によると、食料油脂や健康食品等々の特許権等の担保融資を複数法人に実行しています。また、富山県の酒造メーカーの商標権と在庫を担保として融資しています。特許庁は、本年度から知財ビジネス評価書作成を重点化して推進しているので、今後は金融機関による知的財産担保融資件数が増加するものと予測されます。

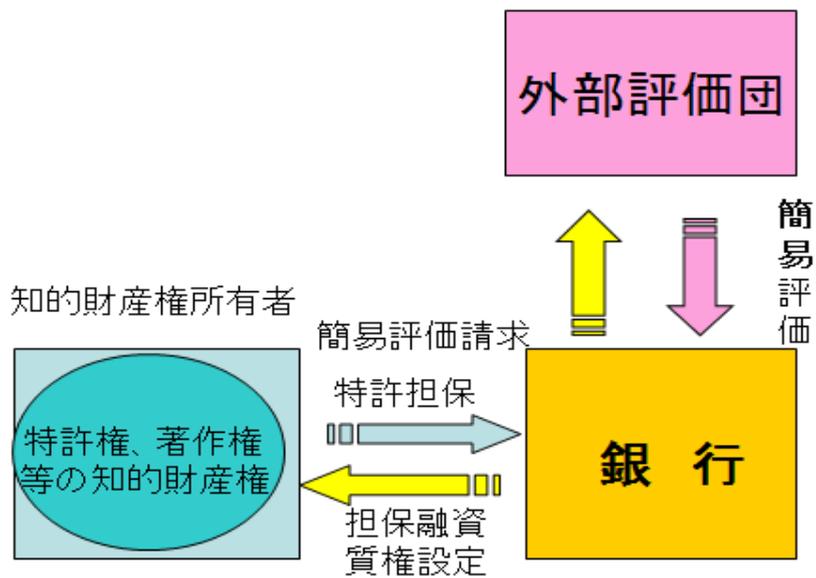
III. 図22は、簡易評価式の知的財産担保融資の説明図です。外部評価団は、分野毎の弁理士を集めて外部知財評価団を構成し、10数年前から某銀行調査部と契約して「知財目きき」方式を実行しています。

担保実行の手順です。小職は某銀行内の会議で知財担保評価スキームの概要を説明します。知財担保申込案件は、同調査部から外部知財評価団に回付され、同評価団では知財調査に基づいて特許発明を実施できるか否か等を中心とする評価を行います。その後同調査部に再回付しています。知財担保申込案件の約30%は担保可能案件として評価され、担保融資されています。そのなかで、外国出願が必要と判断したときは、必要組分の外国出願費用の付加を追記してお願いしています。

IV. ハウスマークや使用ブランドの商標権は、使用により周知度が増加して業務上の使用が蓄積するので、価値が高く評価されてくる傾向があります。実際にも使用中の商標権は、特許権よりも高い確率で担保可能案件となっています。

V. 知財担保融資は、中小企業・小規模企業者にとっては知財価値の最大活用ですので、転売市場等の課題を解決しつつ普及させてゆくべきであると願っています。

【図 2 1】³⁸⁾ 簡易評価式の知的財産担保融資の説明図



出所：©吉田芳春 2002

- 1) 中小企業・小規模企業者の従業員数は2012年経済産業省より引用
- 2) 表1は中小企業庁の中小企業の定義より転載
- 3) 表2は中小企業庁の小規模企業者の定義より転載
- 4) 図1は事業価値を高める知的資産の概念図であり、経済産業省/（独）中小企業基盤整備機構「知的資産経営評価融資の秘訣」より転載
- 5) 資料1は（独）中小企業基盤整備機構の「事業価値を高める経営レポート」を添付
- 6) 図2は知的資産の洗い出し前後の模擬図
- 7) 2009年版中小企業白書79頁より引用
- 8) 表3は中小企業の業種別の出願表であって、特許庁「中小企業・地域知財支援研究会報告書より編集転載
- 9) 図3は内国人中小企業の特許出願件数の推移を示し、特許行政年次報告書2005年版第58頁より転載
- 10) 図4は特許庁総務部普及支援課「中小企業の知財出願状況2014年5月16日」第26頁より転載
- 11) 図5は内国人中小企業の実用新案登録出願件数の推移を示し、特許行政年次報告書2015年版第58頁より転載
- 12) 図6は内国人中小企業の意匠登録出願件数の推移を示し、特許行政年次報告書2015年版第58頁より転載
- 13) 図7は内国人中小企業の商標登録出願件数の推移を示し、特許行政年次報告書2015年版第59頁より転載
- 14) 図8は内国人中小企業のPCT国際出願件数の推移を示し、特許行政年次報告書2015年版第59頁より転載
- 15) 図9は内国人中小企業の国際商標登録出願件数の推移を示し、特許行政年次報告書2015年版第59頁より転載
- 16) 図10は特許庁総務部普及支援課『「中小企業・地域知財支援研究会報告書」実施状況について 2015年3月17日』第7頁より一部転載
- 17) 図11は特許行政年次報告書2012年版より転載
- 18) 表4は特許庁「特許出願の早期審査・早期審理ガイドライン」より編集した早期審査対象出願表
- 19) 表5は特許庁「特許出願の早期審査・早期審理ガイドライン」より編集した外国企業利用の早期審査対象出願表
- 20) 表6は特許庁「特許料等の減免制度」より転載
- 21) 表7は特許庁「特許料等の減免制度」に基づいて編集した外国企業利用の減免対象表

- 2²) 図 1 2 は製品（技術 1）と発明との関係図
- 2³) 表 8 は発明提案書の作成手順表
- 2⁴) 表 9 は提案した技術 1 と発明化作業表
- 2⁵) 図 1 3 は薫焼き鰹のたたき製造装置の特許図面であって、特許庁公報第 3 1 1 3 8 2 6 号より転載
- 2⁶) 図 1 4 は物品の形状・構造・組合せの考案例であって、特許庁実用新案公報より転載
- 2⁷) 図 1 5 はデザインの類似化作業例
- 2⁸) 表 1 0 は登録商標の類似範囲例
- 2⁹) 図 1 6 は営業秘密の要件図であって、東京都「中小企業経営者のためのノウハウの戦略的管理マニュアル」より転載
- 3⁰) 表 1 1 は営業秘密管理規程類
※資料 2 は経済産業省ホームページに掲載(日本語のみ)
- 3¹) 図 1 7 は民間の第三者証明であって、(株)日本電子公証機構のホームページより転載
- 3²) 図 1 8 は自動イカ釣機で、(株)東和電機製作所のホームページより転載
- 3³) (株)タイカのホームページ
- 3⁴) 図 1 9 は落下する生卵を割らずに受ける α G E L®シートを連想する図形登録商標であって、(株)タイカのホームページより転載
- 3⁵) 図 2 0 は協同組合地盤環境技術研究センターの概略図であって、協同組合地盤環境技術研究センターのホームページより転載
- 3⁶) インターブランド社のブランド格付け 2 0 1 5 により抜粋転載
- 3⁷) 商工組合中央金庫のニュースリリースより転載
- 3⁸) 図 2 1 は知的財産担保融資の簡易評価式説明図

資料 2：営業秘密管理規程類

営業秘密管理規程

第1章 総則

第1条（目的）

この規程は、営業秘密の管理に関して必要な事項を定め、もって営業秘密の適正な管理及び活用を図ることを目的とする。

第2条（適用範囲）

この規程は、役員及び従業者（以下「従業者等」という。）に適用されるものとする。

第3条（定義）

この規程において各用語の定義は、次に定めるところによる。

- ① 「営業秘密」とは、秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であつて、公然と知られていないもののうち、第7条第1項により指定されたものをいう。（*1）
- ② 「文書等」とは、文書、図画、写真、図書、磁気テープ、CD-ROM、DVD、ハードディスクドライブその他情報を記載又は記録するものをいう。
- ③ 「電子化情報」とは、磁気テープ、CD-ROM、DVD、ハードディスクドライブその他の電子媒体に電磁的に記録された情報であつて、情報システムによって処理が可能な形態にあるものをいう。
- ④ 「物件」とは、物品、製品、設備その他文書等以外のものをいう。

第4条（営業秘密の等級）

営業秘密として管理するため、次のとおり営業秘密等級を設ける。

- ① 極秘 これを他に漏らすことにより会社が極めて重大な損失若しくは不利益を受ける、又はそのおそれがある営業秘密であり、原則として指定された者以外には開示してはならないもの。
- ② 秘 極秘ではないが、これを他に漏らすことにより会社が重大な損失若しくは不利益を受ける、又はそのおそれのある営業秘密であり、原則として業務上の取扱い部門の者以外には開示してはならないもの。
- ③ 社外秘 極秘、秘以外の営業秘密であり、原則として社内の者以外には開示してはならないもの。

第2章 営業秘密の管理体制

第5条（管理責任者）

1. 会社の営業秘密の管理を統括するため、営業秘密管理統括責任者（以下「統括責任者」という。）を置く。統括責任者は、役員の中から取締役会の指名により決定する。
2. 各部門長及び各部門内の業務分掌単位の長は、それぞれ営業秘密管理責任者（以下「管理責任者」

という。)として、本規程に定めるところにより、所管する部門・業務分掌単位における営業秘密の管理の任にあたる。

第6条 (営業秘密管理委員会)

1. 本規程の改定並びに営業秘密管理基準(以下「管理基準」という。)の策定及び改定を行うため、営業秘密管理委員会(以下「委員会」という。)を設ける。
2. 委員会は、統括責任者を委員長とし、各部門の長を委員とする。
3. 委員会は、第14条に定める監査結果を受け、本規程及び管理基準の改定の必要性について検討を行い、その結果をふまえて必要な措置を講じるものとする。

第7条 (指定)

1. 管理責任者は、別途定めるところにより、会社が保有する情報について、営業秘密として指定するとともにその営業秘密等級を指定し、その秘密保持期間及びアクセスすることができる者(以下「アクセス権者」という。)の範囲を特定するものとする。
2. 管理責任者は、前項により指定された情報を含む文書等、電子化情報及び物件に、別途定める朱印を営業秘密等級に従って押捺する、営業秘密等級を示すデータを組み込む、パスワードを設定するなど適切な方法で、営業秘密である旨を明示する。
3. 管理責任者は、第1項により指定された情報について、日時の経過等により秘密性が低くなり、又は秘密性がなくなった場合においては、その都度、営業秘密等級の変更又は営業秘密指定の解除を行うものとする。

第8条 (営業秘密の取扱い)

従業者等は、営業秘密を委員会が別途定める管理基準に従い取り扱わなければならない。

第3章 従業者等

第9条 (申告)

従業者等は、業務の過程で営業秘密として指定された情報の範囲に含まれるものを取得し、又は創出した場合は、遅滞なくその内容を管理責任者に申告するものとし、管理責任者は第7条第1項に従い営業秘密を指定するものとする。

第10条 (秘密保持義務)

1. 従業者等は、管理責任者の許可なく、営業秘密をアクセス権者以外の者に開示してはならない。
2. 従業者等は、管理責任者の許可なく、営業秘密を指定された業務以外の目的で使用してはならない。

第11条 (誓約書)

1. 管理責任者は、別途定める様式により秘密保持の誓約書を従業者等に提出させるものとする。
2. 入社前に他の職場において第三者の営業秘密に接していたと判断される従業者等は、配属先の管理責任者が必要と認めるときは、当該第三者の営業秘密を侵害することを予防するため、入社時に管理責任者又は統括責任者による面接を受け、個別の誓約書を提出するものとする。

第12条 (退職者)

1. 従業者等は、その身分を失った後においても、前条第1項に定める秘密保持義務を遵守しなければならない。（*2）
2. 管理責任者（管理責任者が退職する場合においては、「統括責任者」と読み替えるものとする。以下この条において同じ。）は、従業者等が退職する際、当該従業者等が在職中に知り得た営業秘密を特定するなど、当該従業者等が負う秘密保持義務等の内容を確認するものとする。
3. 従業者等は、退職時に、文書等又は物件を社外に持ち出してはならず、また自己の保管する文書等又は物件をすべて会社に返還しなければならない。
4. 従業者等は、退職時に、自己の文書等に記録等された営業秘密を消去するとともに、消去した旨の誓約書（自己の文書等に営業秘密が記録等されていないときは、その旨の誓約書）を管理責任者に提出しなければならない。
5. 従業者等は、退職後において、前二項に定める文書等、物件、又は営業秘密のうちで、過失により返還又は消去していないものを発見した場合には、速やかに前二項に定める措置を講じるものとする。

第13条（教育）

管理責任者は、従業者等に対してこの規程及び管理基準の内容を周知徹底させるため適切な教育を行い、従業者等の営業秘密保護意識の高揚、維持に努めるものとする。

第14条（監査）

管理責任者は、この規程及び管理基準に基づく秘密管理水準を確保するため、所管する部門・業務分掌単位における監査を行い、その結果を統括責任者に報告するものとする。

第4章 社外対応

第15条（営業秘密の開示を伴う契約等）

人材派遣会社、委託加工業者、請負業者等の第三者に対し、会社の業務にかかる製造委託、業務委託等をする場合、実施許諾、共同開発その他の営業秘密の開示を伴う取引等を行う場合、当該会社との契約において相手方に秘密保持義務を課すほか、秘密保持に十分留意するものとする。

第16条（第三者の秘密情報の取扱い）

1. 従業者等は、第三者から情報の開示を受ける場合、当該情報が秘密情報か否か、また秘密情報であるときは、当該秘密情報の開示につき、当該第三者が正当な権限を有することの確認をしなければならない。
2. 前項に定める場合において、従業者等は、当該第三者が正当な権限を有しないとき又は正当な権限を有するか否かにつき疑義のあるときには、当該情報の開示を受けてはならない。
3. 第1項により開示を受ける秘密情報については、当該第三者との間で、その使用又は開示に関して会社が受ける制約条件を明確にしなければならない。
4. 第1項により開示を受けた秘密情報を使用又は開示する場合は、前項の会社が受ける制約条件に従うものとし、当該秘密情報は会社の営業秘密と同等に取り扱うものとする。

第17条（外来者・見学）

事業場長は、必要に応じ、統括責任者の同意を得て、外来者への応対、施設の見学等に関する運用手続

(秘密保持契約の締結、立入禁止区域の設定その他の秘密保持のための措置に関する記載を含む。)を定めるものとする。

第5章 雑則

第18条 (罰則)

従業者等が故意又は重大な過失により、この規程に違反し、就業規則に定める各種懲戒に該当する場合は、同規則により措置される。

営業秘密管理基準

1. 極秘の営業秘密の取扱い

極秘の営業秘密を含む文書等及び電子化情報の取扱いは、次のとおりとする。極秘の営業秘密を含む物件の取扱いについては、極秘の営業秘密を含む文書等に準ずる。

*配布

- ・文書等の配布に当たっては、一連番号を付し、番号及び配布先を記録しなければならない。
- ・文書等の送付に当たっては、密封のうえ親展扱いとし、郵送の場合には書留を用いるなど適切な措置を講じなければならない。
- ・FAXによる送信を行ってはならない。
- ・電子化情報の電子メールによる送信に当たっては、暗号化するなど適切な措置を講じなければならない。

*閲覧

- ・文書等を他のアクセス権者に閲覧させるに当たっては、管理責任者の許可を得なければならない。
- ・文書等をアクセス権者以外の者に閲覧させてはならない。
- ・電子化情報の画面表示は、入退室管理エリア又は当該電子化情報の取扱者が占有する個室等に設置した端末で、他者に読み取られないよう注意して行う。
- ・管理責任者は、閲覧者名、日時等を記録する。

*複製

- ・文書等のコピーを作成してはならない。
- ・電子化情報の複製は、管理責任者のみが行うことができる。
- ・電子化情報の印刷は、入退室管理エリア又は当該電子化情報の取扱者が占有する個室等に設置したプリンタで、他者に読み取られないよう注意して行う。

*社外への持出し

- ・文書等を社外に持ち出すに当たっては、管理責任者の許可を得なければならない。
- ・管理責任者の許可を得て文書等を社外に持ち出す場合には、（電子化情報は暗号化するなど適切な措置を講じたうえで）取扱者自らが携行し、滞在先では然るべき保管庫に保管する。

*保管

- ・極秘の営業秘密を含む文書等（情報システム機器及び外部記録媒体を除く。）を保管する場合には、他の文書等と区別して、施錠できる保管庫に施錠して保管し、使用時のみ開錠する。当該保管庫の鍵は、管理責任者が管理する。
- ・電子化情報を情報システム機器に保管する場合には、暗号化するなど適切な措置を講じたうえで、当該情報システム機器を入退室管理エリアに設置する。
- ・電子化情報を外部記録媒体に保管する場合には、暗号化するなど適切な措置を講じたうえで、当該外部記録媒体を施錠できる保管室又は保管庫に施錠して保管し、使用時のみ開錠する。当該保管室等の鍵

は、管理責任者が管理する。

*** 廃棄**

- ・ 文書等の廃棄に当たっては、管理責任者の許可を得なければならない。
- ・ 管理責任者の許可を得て文書等を廃棄する場合には、裁断、焼却、溶解その他適切な方法により行う。配布を受けた者も同様の方法により廃棄するものとする。
- ・ 電子化情報の消去に当たっては、管理責任者の許可を得なければならない。
- ・ 管理責任者の許可を得て文書等を廃棄する場合には、第三者が残留情報を読み取ることができないよう必要な処置を施した上で行う。開示を受けた者も同様の処置を施すものとする。

2. 秘の営業秘密の取扱い

秘の営業秘密を含む文書等及び電子化情報の取扱いは、次のとおりとする。秘の営業秘密を含む物件の取扱いについては、秘の営業秘密を含む文書等に準ずる。

*** 配布**

- ・ 文書等の配布に当たっては、配布先を記録しなければならない。
- ・ 文書等の送付に当たっては、密封のうえ必要に応じ親展扱いとするなど適切な措置を講じなければならない。
- ・ FAXによる送信に当たっては、あらかじめ送信先にFAX機の前での待機を要請しなければならない。
- ・ 電子化情報の電子メールによる送信に当たっては、暗号化するなど適切な措置を講じなければならない。

*** 閲覧**

- ・ 文書等をアクセス権者以外の者に閲覧させるに当たっては、管理責任者の許可を得なければならない。
- ・ 電子化情報の画面表示は、他者に読み取られないよう注意して行う。

*** 複製**

- ・ 文書等のコピーは、業務上やむを得ない場合に限り行うことができるが、作成されたコピーについても秘の営業秘密を含む文書等と同等の扱いとしなければならない。
- ・ 電子化情報の複製は、管理責任者又は管理責任者の許可を得たアクセス権者のみが行うことができる。
- ・ 電子化情報の印刷は、入退室管理エリア又は当該電子化情報の取扱者が占有する個室等に設置したプリンタで、他者に読み取られないよう注意して行う。
- ・ 電子化情報の印刷に当たり、通常のオフィスエリアに設置したプリンタで印刷する場合には、印刷中からプリンタの前に待機し、完了後直ちに回収する。

*** 社外への持出し**

- ・ 業務上やむを得ない場合を除いては、文書等を社外に持ち出してはならない。
- ・ 業務上やむを得ず文書を社外に持ち出す場合には、（電子化情報は暗号化するなど適切な措置を講じたうえで）取扱者自らが文書等を携行し、滞在先では然るべき保管庫に保管する。

*** 保管**

- ・ 文書等（情報システム機器及び外部記録媒体を除く。）を保管する場合には、施錠できる保管庫に施

錠して保管し、業務時間内のみ開錠する。当該保管庫の鍵は、管理責任者が管理する。

- ・電子化情報を情報システム機器に保管する場合には、暗号化するなど適切な措置を講じたうえで、当該情報システム機器を入退室管理エリアに設置する。

- ・電子化情報を外部記録媒体に保管する場合には、暗号化するなど適切な措置を講じたうえで、当該外部記録媒体を施錠できる保管室又は保管庫に施錠して保管し、業務時間内のみ開錠する。当該保管室等の鍵は、管理責任者が管理する。

*廃棄

- ・文書等の廃棄は、裁断、焼却、溶解その他適切な方法により行わなければならない。
- ・電子化情報の消去に当たっては、第三者が残留情報を読み取ることができないよう必要な処置を施さなければならない。

3. 社外秘の営業秘密の取扱い

社外秘の営業秘密を含む文書等及び電子化情報の取扱いは、次のとおりとする。社外秘の営業秘密を含む物件の取扱いについては、社外秘の営業秘密を含む文書等に準ずる。

*配布

- ・文書等の配布・送付に当たっては、社外に営業秘密が漏洩しないよう配慮しなければならない。
- ・電子化情報を社内のネットワーク等以外を利用して送信する場合には、暗号化するなど適切な措置を講じる。

*閲覧

- ・電子化情報の画面表示は、他者に読み取られないよう注意して行う。

*複製

- ・文書等のコピーは、業務上やむを得ない場合を除いて、行ってはならない。
- ・電子化情報の複製は、業務上やむを得ない場合を除いて、行ってはならない。
- ・電子化情報の印刷は、他者に読み取られないよう完了後直ちに回収する。

*社外への持出し

- ・文書等を社外に持ち出す場合には、取扱者自らが携行し、滞在先では然るべき保管庫に保管する。
- ・電子化情報を記録媒体に記録して社外に持ち出す場合には、暗号化するなど適切な措置を講じる。

*保管

- ・文書等（情報システム機器及び外部記録媒体を除く。）を保管する場合には、保管庫に保管するなど適切な方法で管理する。

- ・電子化情報を情報システム機器に保管する場合には、当該サーバー・周辺機器等を入退室管理エリアに設置する。入退室管理エリアに設置することができないときは、電子化情報を暗号化するなど適切な措置を講じたうえで情報システム機器に保管する。

- ・電子化情報を外部記録媒体に保管する場合には、当該外部記録媒体を施錠できる保管室又は保管庫に施錠して保管し、業務時間内のみ開錠する。その保管室等の鍵は、管理責任者が管理する。

*廃棄

- ・文書等の廃棄は、裁断、焼却、溶解その他適切な方法により行わなければならない。
- ・電子化情報の消去に当たっては、第三者が残留情報を読み取ることができないよう必要な処置を施さなければならない。

秘密保持誓約書の例

入社時

秘密保持に関する誓約書

この度、私は、貴社に採用されるにあたり、下記事項を遵守することを誓約いたします。

記

第1条（在職時の秘密保持）

貴社就業規則及び貴社営業秘密管理規程を遵守し、次に示される貴社の営業秘密について、貴社の許可なく、不正に開示又は不正に使用しないことを約束いたします。

- ① 製品開発に関する技術資料、製造原価及び販売における価格決定等の貴社製品に関する情報
- ② （以下略）

第2条（退社後の秘密保持）

前条各号の営業秘密については、貴社を退社した後においても、不正に開示又は不正に使用しないことを約束いたします。

第3条（損害賠償）

前各条項に違反して、第1条各号の営業秘密を不正に開示又は不正に使用した場合、法的な責任を負担するものであることを確認し、これにより貴社が被った一切の被害を賠償することを約束いたします。

以上

平成 年 月 日

株式会社

代表取締役社長 殿

住 所

氏 名

印

プロジェクト参加時

秘密保持に関する誓約書

年 月 日

殿

プロジェクト名

現住所

氏名 印

生年月日 年 月 日生

私は、上記プロジェクト（以下「本件プロジェクト」という。）に参画するにあたり、営業秘密保持に関し、就業規則、営業秘密管理規程、及びすでに提出した誓約書（ただし、これらのうち私に適用されないものがある場合はそれを除く。）に基づく義務を負うことを確認し、加えて以下を誓約いたします。

記

第1条（秘密保持の誓約）

会社の許可なく、本件プロジェクトに関して会社が営業秘密として指定した事項（以下「営業秘密事項」という。）を、本件プロジェクトの参画者以外の者に対し開示したり、又は本件プロジェクト遂行の目的以外に使用したりしないことを約束いたします。

第2条（プロジェクト終了後の秘密保持等）

1. 営業秘密事項を、公知になったものを除き、本件プロジェクト終了後（退職後も含む。）も、不正に開示又は不正に使用しないことを約束いたします。
2. 本件プロジェクト終了時、本件プロジェクトを担当しなくなったとき、又は会社による要求があるときには、営業秘密事項が記録等された会社の文書等又は物件であって自己の保管するものを、遅滞なくすべて会社に返還し、その旨書面にて報告いたします。
3. 前項に定める場合において、営業秘密事項が自己の文書等に記録等されているときには、当該営業秘密事項を消去するとともに、消去した旨（自己の文書等に営業秘密事項が記録等されていないときは、その旨）、書面にて報告いたします。

第3条（第三者に対する守秘義務の遵守）

第三者に対して守秘義務を負っている情報については、本件プロジェクトにおいて知り得たかそれ以前から知っていたかにかかわらず、その守秘義務を遵守することを約束いたします。

以上

退職時

秘密保持誓約書

私は、平成 年 月 日付けにて、一身上の都合により、貴社を退社いたしますが、貴社営業秘密に関して、下記の事項を遵守することを誓約いたします。

記

第1条（秘密保持の確認）

私は貴社を退職するに当たり、次に示される貴社の営業秘密に関する資料一切について、原本はもちろん、そのコピー及び関係資料等を、貴社に返還し、自ら保有しないことを確認いたします。（*1）

- ① 製品開発に関する技術資料、製造原価及び販売における価格決定等の貴社製品に関する情報
- ② （以下略）

第2条（退職後の秘密保持の誓約）

前条各号の営業秘密を、貴社退職後においても、不正に開示又は不正に使用しないことを約束いたします。

第3条（契約の期間、終了）

本契約は、〇〇年間有効とします。ただし、第1条各号の営業秘密が公知となった場合は、その時点をもって本契約は終了することとします。（*2）

（*3）

（*4）

（*5）

以上

平成 年 月 日

株式会社

代表取締役社長 殿

住 所

氏 名

印

(* 1) 秘密保持の対象とする情報の定義と呼称(例えば、「営業秘密」、「企業秘密」、「機密事項」、「機密情報」、「秘密情報」など。)については様々なものが考えられ、各事業者の就業規則その他の文書との整合性や、営業秘密を保護する趣旨を明確化する必要性等を考慮し、各事業者において適宜判断することが望ましい。

(* 2) 契約の期間に関して、秘密保持義務についても、可能な限り期限を設定することが望ましいが、仮にそうした期限の設定が困難である場合には、営業秘密性が失われるまで存続する旨を明記することが望ましいものと考えられる。

(* 3) 競業避止義務に関して、以下のような規定を設ける例もある。ただし、退職後の競業避止義務については、その有効性が認められるためには、企業側の守るべき利益の存在を前提として、従業者の地位、地域的限定、競業避止義務の存続期間、禁止される競業行為の範囲、代償措置等について、具体的事情の下において合理的なものとなるように考慮する必要があるものと考えられる。

第〇条(競業避止義務の確認)

貴社を退職するにあたり、退職後1年間、貴社からの許諾がない限り、次の行為をしないことを誓約いたします。

- ① 貴社で従事した〇〇の開発に係る職務を通じて得た経験や知見が貴社にとって重要な企業秘密ないしノウハウであることに鑑み、当該開発及びこれに類する開発に係る職務を、貴社の競合他社(競業する新会社を設立した場合にはこれを含む。以下同じ。)において行いません。
- ② 貴社で従事した〇〇に係る開発及びこれに類する開発に係る職務を、貴社の競合他社から契約の形態を問わず、受注ないし請け負うことはいたしません。

(* 4) 場合によっては、補償手当として、以下のような定めを設ける例もある。

第〇条(補償手当)

私は、本誓約書各項の遵守のため、貴社給与及び退職金の外、補償手当円の交付を受けたことを確認いたします。

(* 5) 営業秘密の帰属に関して、以下のような誓約事項を設ける例もある。

第〇条(営業秘密の帰属)

第〇条各号の営業秘密は貴社に帰属することを確認いたします。また当該営業秘密に関し私に帰属する一切の権利を貴社に譲渡し、貴社に対し当該営業秘密が私に属している旨の主張を行いません。