

第2章

企業等における知的財産活動

我が国企業の知的財産活動は、それぞれの企業の規模や技術分野等によって異なる。本章では、企業の規模や技術分野別における知的財産活動の動向や、特許・意匠・商標における分野別の国内外での出願動向等を紹介する。

1 企業等における知的財産活動の状況

企業活動のグローバル化の進展等に伴い、我が国企業の知財活動を取り巻く環境は大きく変化している。ここでは、出願件数等の動向からみた知財活動の実態、知財担当者数・活動費等からみた知財活動の状況、知的財産権の活用状況等を紹介する。

(1) 特許、実用新案の出願件数

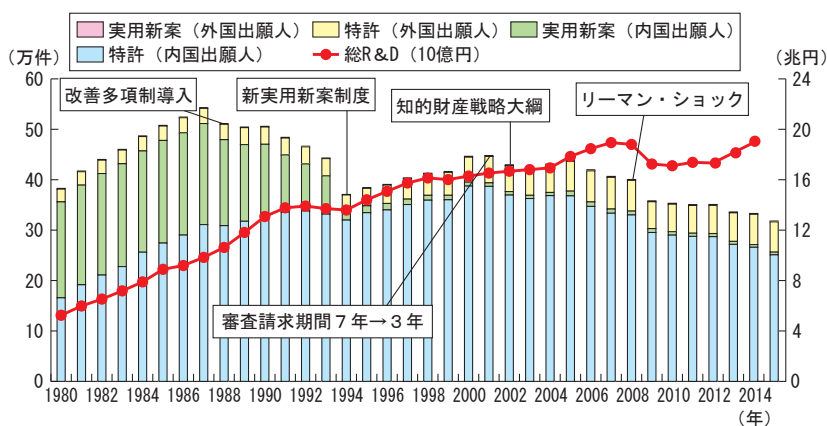
内国出願人による特許出願件数の推移を中長期で見ると、1980年から1987年までは総R&D費の推移に同調するように漸増している。1988年に改善多項制¹が導入された後は、伸びは鈍化したが、引き続き漸増し、2000年にピークに達した（38.7万件）。その後は漸減傾向へと転じ、2015年には25.9万件となった。なお、2008年から2009年にかけての大きな減少は、2008年9月に発生したリーマン・

ショックの影響を受けたものと考えられる。

外国出願人による特許出願件数の推移を見ると、1980年から2007年までは堅調に漸増している。2007年にピーク（6.3万件）に達した後、2008年9月に発生したリーマン・ショックの影響を受けて、2009年には5.3万件にまで減少した。しかし、その後、外国出願人による特許出願件数は漸増し、2015年には6.0万件となった。

1-2-1 図

内外国出願人による特許出願件数、実用新案登録出願件数及び総R&D費の推移



（備考）「実用新案」には、旧実用新案、及び新実用新案のいずれも含む。

（資料）特許庁作成

総R&D費については科学技術研究調査報告書（総務省統計）に基づく

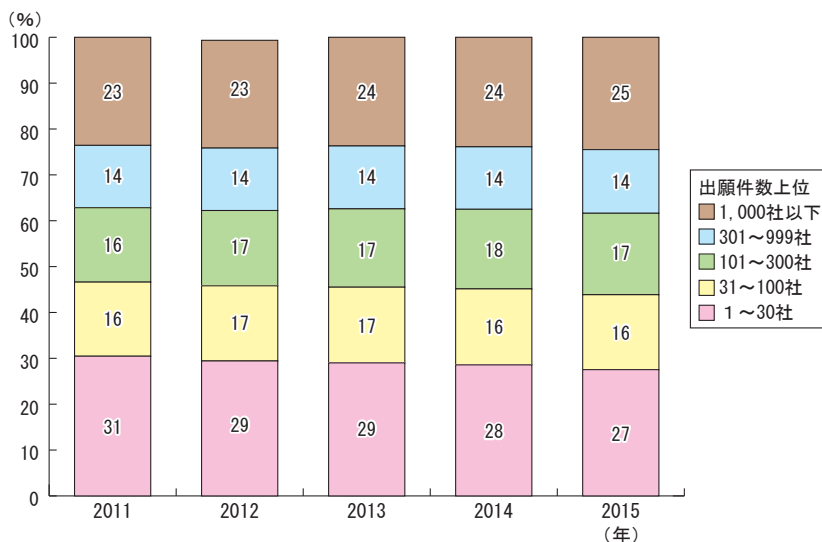
1 出願の単一性を満たす複数の請求項を特許請求の範囲に記載できるようにした制度。

出願順位規模別¹で見ると、出願件数上位30社で全出願件数の30%程度、出願件数上位300社で全出願件数の60%以上を占めている。そして、2011年から2015年にかけて、出

願件数上位30社が大きく出願を減少させている（2011年10.6万件→2015年8.7万件）のに対し、それ以外の企業の出願件数はほぼ横ばいとなっていることが分かる。

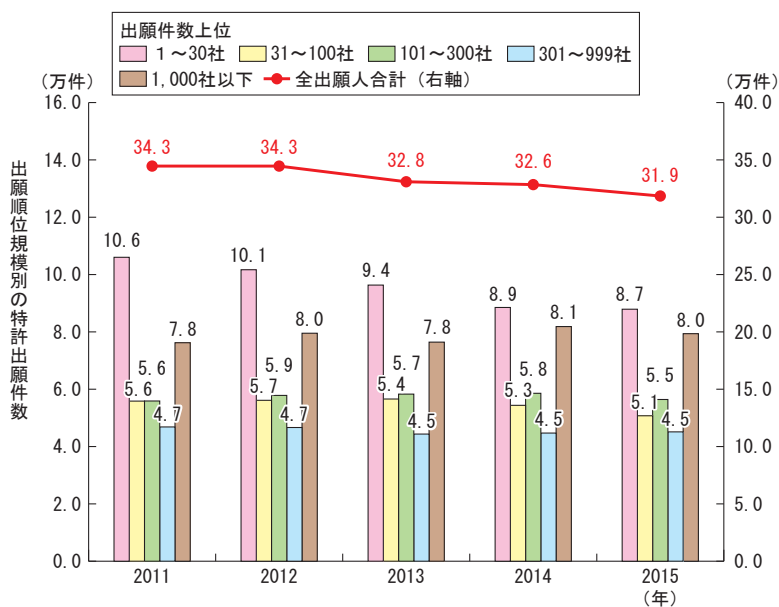
1-2-2 図

特許出願件数に占める出願順位規模別企業の割合²の推移



1-2-3 図

出願順位規模別に見た特許出願件数の推移



(資料)特許庁作成

1 出願順位規模別にみた特許出願件数の動向は、各年の出願上位企業を1～30位、31～100位、101～300位、301～999位、1000位以下の5つに分類し、それぞれについて、2011年から2015年までの各年の特許出願件数を計数したものである。

2 2013年の出願順位規模別企業の割合の合計が101%、2015年の出願順位規模別企業の割合の合計が99%であるのは、四捨五入の関係である。

(2) 企業別登録件数ランキング

＜特許＞

2015 年の特許登録件数を企業別に見ると、第 1 位はトヨタ自動車で 4,614 件、第 2 位はキヤノンで 3,717 件、第 3 位は三菱電機で 3,364 件であり、電機と自動車関連メーカーが上位 10 社の大部分を占めた。

1-2-4 図

【上位 10 社】2015 年特許登録件数

順位		前年 2014	出願人	登録件数
1	↗	(4)	トヨタ自動車	4,614
2	↘	(1)	キヤノン	3,717
3	↘	(2)	三菱電機	3,364
4	↗	(5)	東芝	2,514
5	↘	(3)	パナソニック	2,445
6	↗	(7)	富士通	2,339
7	↗	(12)	セイコーエプソン	2,264
8	↘	(6)	リコー	2,053
9	↘	(8)	デンソー	2,024
10	→	(10)	本田技研工業	1,934

(備考) 出願人は、筆頭出願人を指す。

パナソニックは、パナソニック IP マネジメントを含む。

＜意匠＞

2015 年の意匠登録件数を企業別に見ると、第 1 位はパナソニックで 538 件、第 2 位は三菱電機で 445 件、第 3 位は岡村製作所で 368 件であった。また、第 8 位のナイキ イノヴェイトは、前年の 265 位から大きく順位を上げた。企業ごとに件数の変動はあるものの、上位 10 社にランクインした企業は電機メーカーが多い。

1-2-5 図

【上位 10 社】2015 年意匠登録件数

順位		前年 2014	出願人	登録件数
1	→	(1)	パナソニック	538
2	→	(2)	三菱電機	445
3	↗	(6)	岡村製作所	368
4	→	(4)	LIXIL	289
5	→	(5)	シャープ	281
6	↗	(7)	本田技研工業	209
7	↗	(13)	東芝	153
8	↗	(265)	ナイキ イノヴェイト	148
9	↘	(3)	三星電子	142
10	↗	(34)	ヤンマー	141

(備考) 出願人は、筆頭出願人を指す。

パナソニックは、パナソニック IP マネジメントを含む。

＜商標＞

2015 年の商標登録件数を企業別に見ると、第 1 位は資生堂で 443 件、第 2 位はサンリオで 370 件、第 3 位は富士通で 283 件であった。件数の変動はあるものの、上位 4 社の顔ぶれはかわらず、上位 10 社にランクインした企業も前年とほぼ同様である。

1-2-6 図

【上位 10 社】2015 年商標登録件数

順位		前年 2014	出願人	登録件数
1	→	(1)	資生堂	443
2	→	(2)	サンリオ	370
3	→	(3)	富士通	283
4	→	(4)	花王	272
5	↗	(10)	森永乳業	264
6	↗	(9)	リクルートホールディングス	221
7	↗	(11)	小林製薬	218
8	↘	(5)	パナソニック	187
9	↗	(16)	シャープ	180
10	↘	(8)	東洋新薬	180

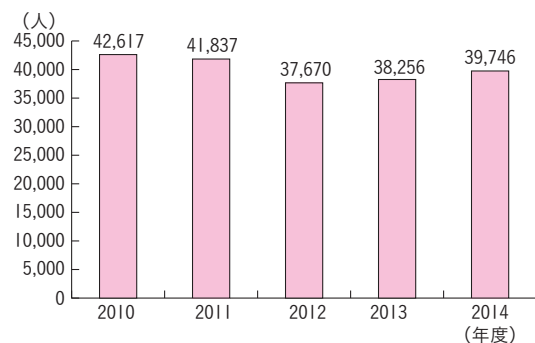
(備考) 出願人は、筆頭出願人を指す。

(3)我が国企業等における知財担当者数

2015年度の知的財産活動調査¹の結果によると、我が国全体の知財担当者数²は、2013年度から2014年度にかけて微増している。なお、全体推計値については、調査票の回答結果を基に我が国全体について推計を行った数値³であることに留意する必要がある。

1-2-7 図

知財担当者数の推移（全体推計値）

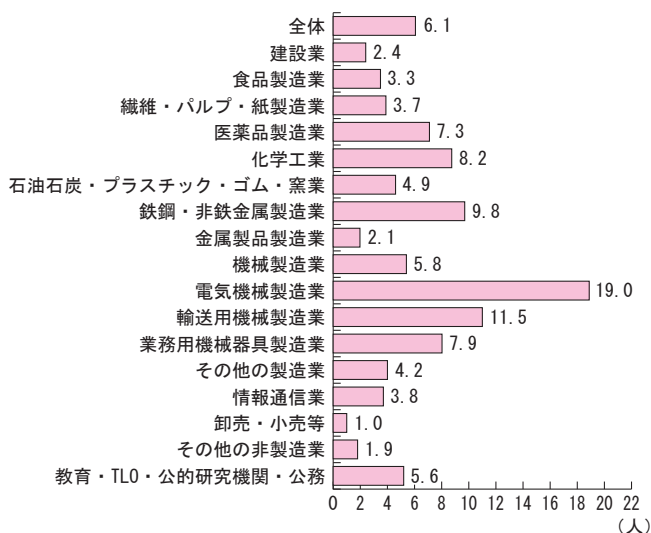


(資料)特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

業種別1者あたりの知財担当者数では、「電気機械製造業」が19.0人と最も多く、全体平均6.1人を大きく上回った。

1-2-8 図

業種別の知財担当者数（1者当たりの平均値）



(資料)特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

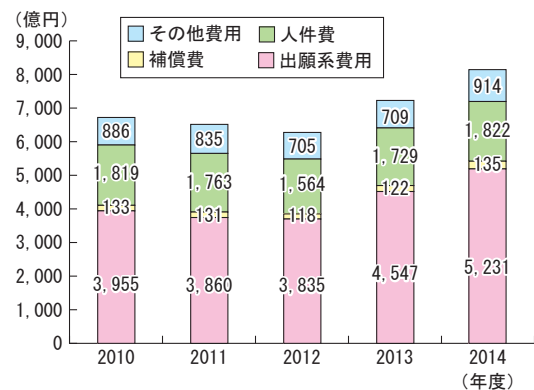
(4)我が国企業等における知財活動費の現状

2014年度の我が国企業等の知財活動に要する費用⁴の平均は、以下のとおりであった。

内訳を見ると、ほとんどの業種において出願系費用の占める割合が最も多く、知財活動費全体に与える影響が大きいことが分かる。

1-2-9 図

知財活動費の推移（全体推計値）



(資料)特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

1 知的財産活動調査は、統計法に基づく一般統計調査である。2015年は、9月1日～9月30日の間に実施した。本調査は2013年に出願実績のあった我が国の個人、法人、大学等公的研究機関のうち、産業財産権（特許、実用新案、意匠、商標）のいずれかの出願件数が5件以上であった出願人（6,105件）を対象に行った。（調査票回収率54.3%）。

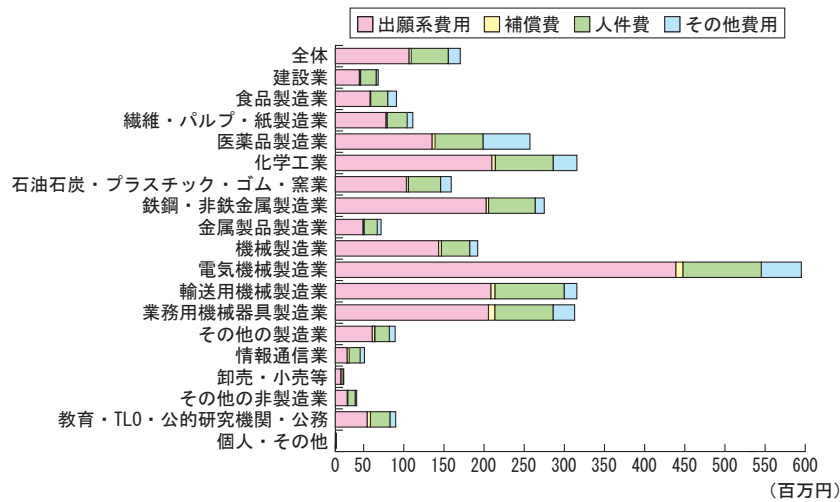
知的財産活動調査結果 URL: http://www.jpo.go.jp/shiryou/toukei/tizai_katsudou_list.htm

2 企業等において、産業財産権の発掘から権利取得、権利の維持に係る業務に従事する者のみならず、知的財産権の管理、評価、取引、実施許諾、係争に係る業務に従事する者、知財に関する企画、調査、教育、会計、庶務等、知財活動を支えるために必要な業務に従事している者も含む。なお、本調査は、出願の実績があった者を対象に調査を実施しているため、調査対象となっていない弁理士、弁護士等の法曹界の人材、特許庁の審査官、登録調査機関等における先行技術文献調査人材、知財法学者等の人材は含まない。

3 全体推計値は、母集団を業種別・出願件数階級に層化し、各層の推計元標本についての集計結果を標本数で除し、母集団数を乗じることによって算出した。

4 係争の和解金、損害賠償金、ロイヤリティ、産業財産権の購入に要した費用は含まない。

1-2-10 図 業種別の知財活動費（1者当たりの平均値）



業 種	標本数	平均知財活動費（百万円）				
			うち出願系費用	うち補償費	うち人件費	うちその他費用
全体	2,964	170.2	111.0	2.9	36.1	17.7
建設業	125	44.7	23.4	1.6	16.6	3.1
食品製造業	157	66.0	35.3	0.4	21.5	7.1
繊維・パルプ・紙製造業	64	90.4	62.6	2.0	20.8	5.6
医薬品製造業	82	243.8	131.9	2.0	56.0	53.4
化学工業	222	307.9	212.6	3.9	68.8	26.4
石油石炭・プラスチック・ゴム・窯業	222	151.0	101.2	2.4	39.6	10.5
鉄鋼・非鉄金属製造業	62	261.4	188.6	3.5	61.2	13.9
金属製品製造業	122	43.0	28.7	1.4	11.0	1.9
機械製造業	182	174.7	128.9	3.3	34.6	12.2
電気機械製造業	293	632.2	401.1	9.7	99.0	79.4
輸送用機械製造業	137	299.8	216.3	4.5	76.5	19.0
業務用機械器具製造業	107	313.2	213.0	7.1	66.1	26.5
その他の製造業	166	81.6	57.7	1.5	20.0	5.1
情報通信業	108	48.1	21.0	1.2	14.9	10.7
卸売・小売等	323	9.0	5.8	0.1	2.1	1.0
その他の非製造業	257	24.3	13.2	0.4	8.0	2.9
教育・TL0・公的研究機関・公務	247	80.5	41.5	3.7	24.1	12.1
個人・その他	88	1.1	0.9	0.0	0.1	0.1

（備考）出願系費用：産業財産権の発掘、発明届書の評価、明細書の作成（外注を含む）、明細書チェック、出願手続、審査請求手続、技術評価請求手続、拒絶理由通知対応（意見書、補正書作成）等の中間処理業務及び拒絶査定不服審判等に要する費用、権利存続要否問い合わせ、登録手続、年金納付手続等の権利維持業務に要する費用（弁理士費用等の外注費を含む。他者からの譲受は除く）。

補 償 費：企業等の定める補償制度（職務発明規定等）に基づいて発明者、創作者等に支払った補償費。

人 件 費：企業等において知財業務を担当する者の雇用にかかる費用の直近の会計年度総額。

その他費用：上記の3分類に含まれない費用（企画、調査、教育等のその他の経費、業務遂行に必要な固定資産の減価償却費及びリース料）。

（資料）特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

(5) 我が国企業等における知的財産権の利用状況

知的財産活動調査では、知的財産権の利用状況についても明らかにしている。なお、全体推計値については、調査票の回答結果を基に我が国全体について推計を行った数値¹であることに留意する必要がある。

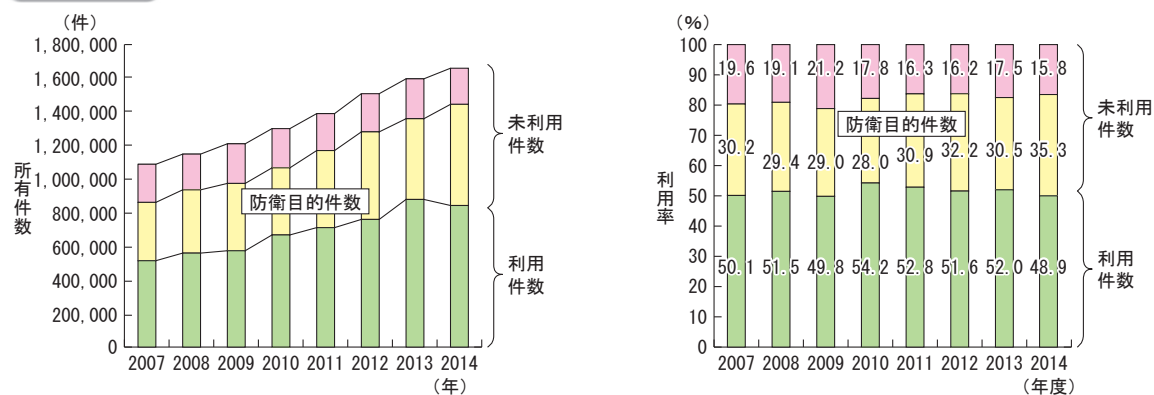
①特許権の利用状況

2013年から2014年にかけて特許権所有件数²は約46,000件増加している。

2014年度における利用率（利用件数³／所有件数）は48.9%となり、2007年度から50%前後で推移している。また、防衛目的⁴件数の割合は35.3%と増加した。

特許権の利用率は業種によって異なっている。「業務用機械器具製造業」において利用割合が高く、「電気機械製造業」が続いた。

1-2-11 図 国内における特許権所有件数及びその利用率の推移（全体推計値）

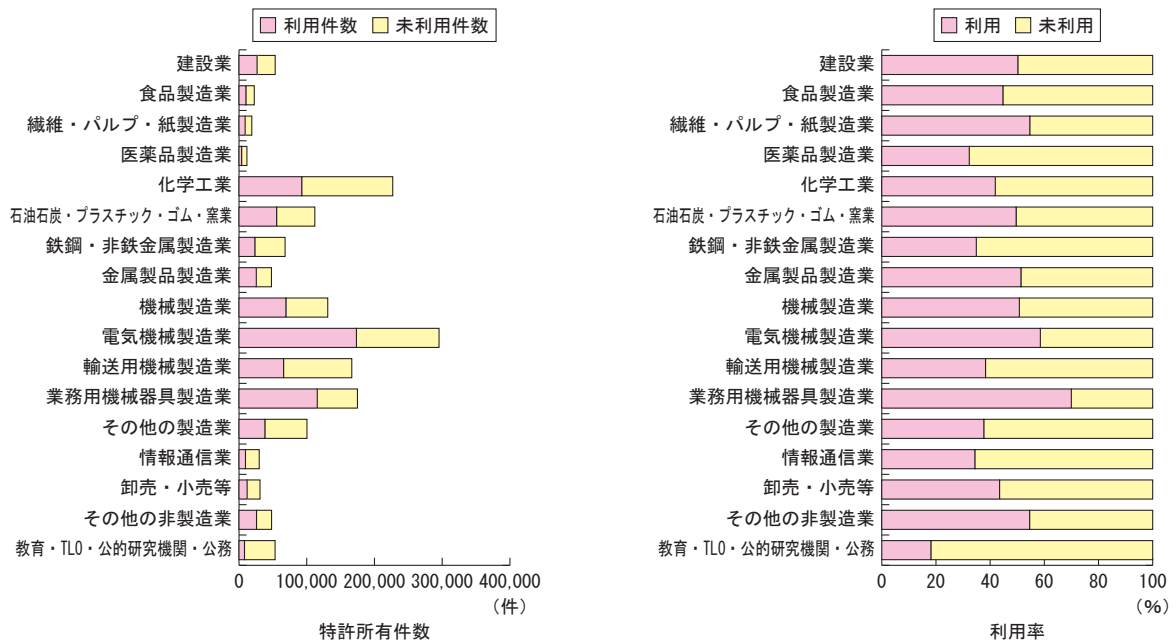


	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
国内特許権所有件数（件）	1,086,802	1,136,566	1,199,184	1,255,489	1,346,804	1,464,176	1,570,897	1,616,472
うち利用件数	544,785	584,994	597,519	681,059	711,773	755,209	816,825	790,752
うち未利用件数	542,017	551,572	601,665	574,430	635,031	708,967	754,072	825,720
うち防衛目的件数	328,467	334,564	348,028	350,946	415,630	471,041	479,029	569,938

（資料）特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

- 全体推計値は、母集団を業種別・出願件数階級に層化し、各層の推計元標本についての集計結果を標本数で除し、母集団数を乗じることで算出した。
- 特許権所有件数は、内国人現存権利数の確定値である。「うち利用件数」及び「うち未利用件数」は、知的財産活動調査における全体推計結果より権利利用率を算出し、確定値に乘じることで得ている。
- 利用件数とは、権利所有件数のうち「自社実施件数」及び、「他社への実施許諾件数」のいわゆる積極的な利用件数の合計である。なお、未利用件数とは自社実施も他社への実施許諾も行っていない権利であり、防衛目的権利及び開放可能な権利（相手先企業を問わず、ライセンス契約により他社へ実施許諾が可能な権利）を含む。
- 自社実施も他社への実施許諾も行っていない権利であって、自社事業を防衛するために他社に実施させないことを目的として所有している権利。

1-2-12 図 国内における業種別の特許権所有件数及びその利用率（全体推計値）



業 種	対象数	国内特許権保有件数（件）			
			うち利用件数	うち未利用件数	利用率
全体	57,657	1,616,472	790,752	825,720	48.9%
建設業	2,248	53,298	27,043	26,256	50.7%
食品製造業	2,785	23,137	10,239	12,898	44.3%
繊維・パルプ・紙製造業	1,347	20,262	11,154	9,108	55.0%
医薬品製造業	376	11,760	4,294	7,466	36.5%
化学工業	1,075	229,034	94,579	134,456	41.3%
石油石炭・プラスチック・ゴム・窯業	1,770	114,064	58,715	55,349	51.5%
鉄鋼・非鉄金属製造業	379	68,761	24,270	44,491	35.3%
金属製品製造業	1,411	49,113	26,195	22,918	53.3%
機械製造業	2,265	133,077	70,052	63,025	52.6%
電気機械製造業	1,980	296,405	175,228	121,177	59.1%
輸送用機械製造業	586	168,570	67,070	101,500	39.8%
業務用機械器具製造業	788	176,544	118,337	58,206	67.0%
その他の製造業	1,957	102,273	39,280	62,993	38.4%
情報通信業	2,863	31,425	10,700	20,724	34.1%
卸売・小売等	11,460	30,636	12,933	17,703	42.2%
その他の非製造業	7,689	48,857	27,411	21,446	56.1%
教育・TL0・公的研究機関・公務	844	54,823	10,739	44,084	19.6%

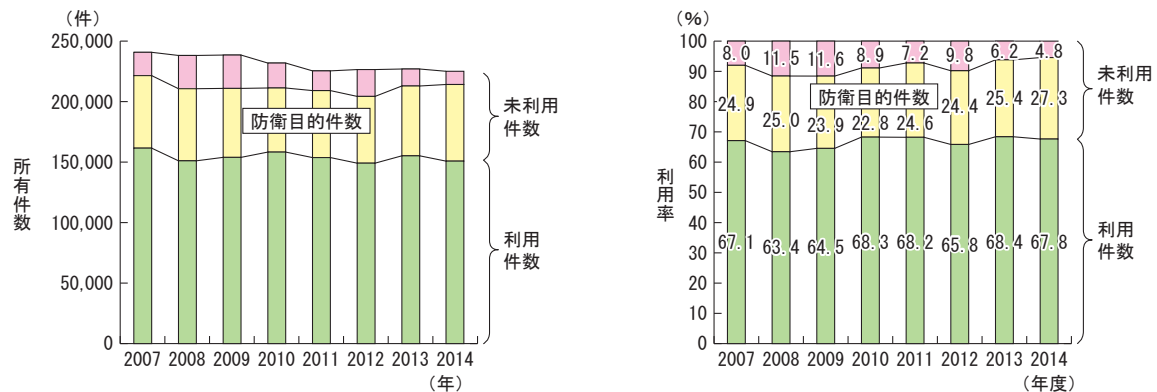
(資料)特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

②意匠権の利用状況

2013年から2014年にかけて意匠権所有件数は約2,500件減少している。内訳を

見ると、2007年度から利用率は60%台となっており、防衛目的件数の割合は20%台で推移している。

1-2-13 図 国内における意匠権所有件数及びその利用率の推移（全体推計値）



	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
国内意匠権所有件数（件）	240,737	238,136	238,473	231,861	225,402	226,483	226,939	224,464
うち利用件数	161,536	151,062	153,913	158,277	153,738	149,119	155,184	152,291
うち未利用件数	79,201	87,074	84,560	73,584	71,664	77,364	71,755	72,173
うち防衛目的件数	59,937	59,596	56,994	52,976	55,358	55,185	57,710	61,319

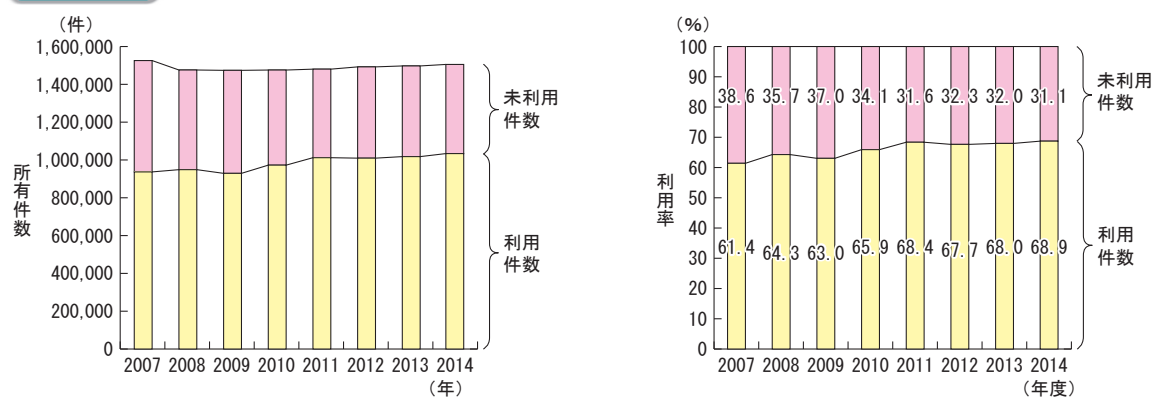
（資料）特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

③商標権の利用状況

2013年から2014年にかけて商標権所

有件数は約2,000件増加し、利用件数は約16,000件増加している。

1-2-14 図 国内における商標権所有件数及びその利用率の推移（全体推計値）



	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
国内商標権所有件数（件）	1,525,765	1,475,855	1,474,062	1,475,649	1,480,363	1,492,366	1,497,283	1,499,475
うち利用件数	936,783	948,700	929,219	972,645	1,011,983	1,009,603	1,017,728	1,033,468
うち未利用件数	588,982	527,155	544,843	503,004	468,380	482,763	479,555	466,007

（資料）特許庁「平成27年知的財産活動調査報告書」

2 企業等における知的財産活動の変化

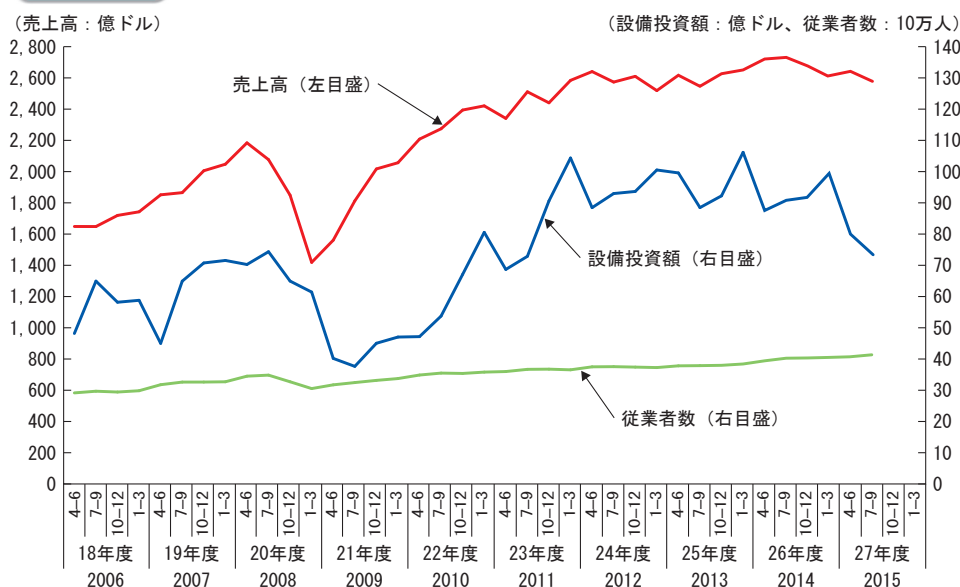
近年、技術の複雑化や経済のグローバル化により、企業を取り巻く環境は大きく変化し、あわせて企業活動を支える土台となるべき知的財産権をめぐる環境も大きく変化している。

(1) 企業活動のグローバル化の加速

企業を取り巻くビジネス環境は大きく変化している。中国、インド、ASEAN 等の新興国市場の急成長等を背景に、多くの我が国企業

は海外市場に目を向け、自社事業を海外に展開している。我が国企業の海外における売上高、従業者数は共に近年増加傾向にある。

1-2-15 図 日本企業の海外における売上高、設備投資額、従業者数の推移



(出典)経済産業省「海外現地法人四半期調査」

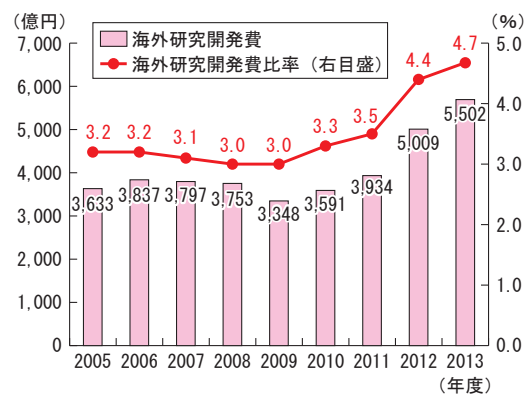
また、製造業における海外研究開発費は2009年度以降漸増しており、2013年度は5,502億円（前年度比9.8%増加）と過去最高水準となっている。このように、我が国企業は海外進出に伴い、海外生産拠点だけでなく、海外R&D拠点に投下する経営資源も増やす傾向にある。

我が国企業のグローバル化が進展する中で、知的財産の国際取引も活発化している。財務省が公表している国際収支統計によると、我が国の技術貿易¹収支は、2015年には過去最大の2.4兆円の黒字となった²。

総務省が公表している科学技術統計におい

1-2-16 図

海外R&D拠点の研究開発費及び研究開発費比率の推移



(出典)経済産業省「海外事業活動基本調査」

1 特許、実用新案、技術上のノウハウ等における実施許諾等という形での取引
2 財務省「国際収支統計」

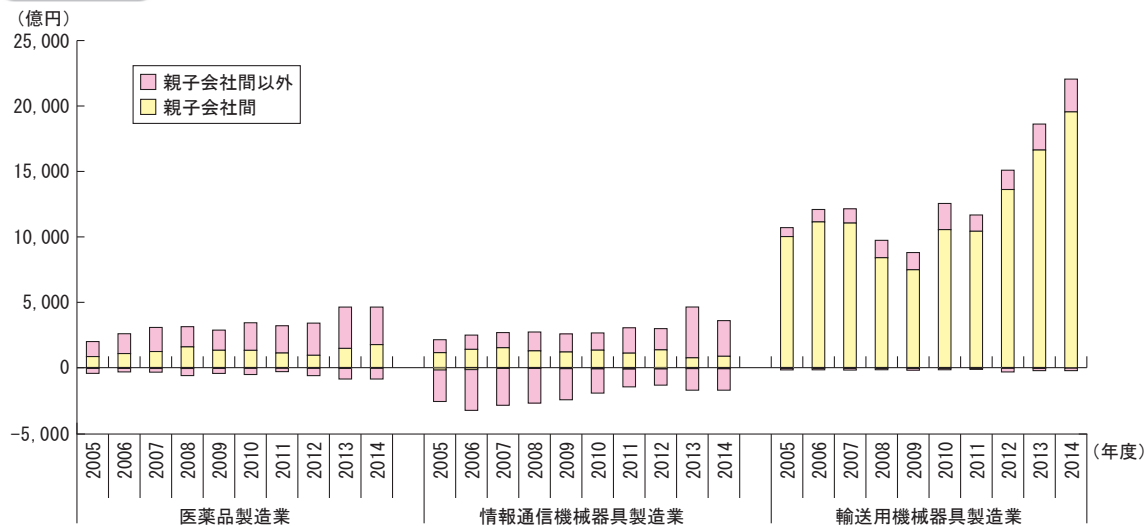
て、技術輸入対価受取額の上位3分野を見ると、輸送用機械器具¹製造業の収入が大半を占めている。また、技術貿易には、我が国企業の海外現地法人（子会社）からのライセンス収入等の親子会社間の取引と、親子会社間以外の取引とがあり、輸送用機械器具製造業では親子会社間の取引による収入が88%程度と、親子会社間の取引比率が高い一方、医薬品製造業及び情報通信機械器具²製造業では親子会社以外との取引比率が高くなっている。

取引相手国の地域別の収入比率で見ると、

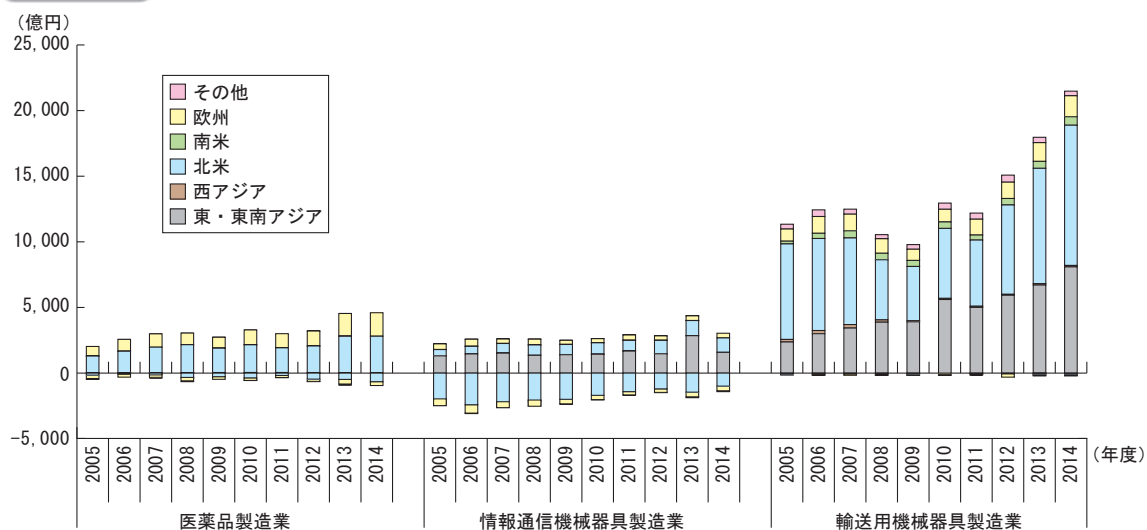
輸送用機械器具製造業及び情報通信機械器具製造業では東・東南アジアからの収入が一定の割合を占めている一方、医薬品製造業ではアジアからの収入が非常に少なく、北米・欧州からの収入が主となっている。

今後、我が国企業が新興国も含めたグローバル展開を加速する中で、高い技術力に基づく知的財産の活用（ライセンス、権利行使等）により収益を確保し、得られた収益を研究開発に再投資することで、更なるイノベーションを巻き起こすことが期待される。

1-2-17 図 産業分野別技術貿易収支（親子会社間／非親子会社間別）



1-2-18 図 産業分野別技術貿易収支（取引相手国の地域別）



1 自動車、鉄道車両、船舶、航空機等。日本標準産業分類（2013年10月改訂）311-319。

2 通信機械器具、映像・音響機械器具、電子計算機等。日本標準産業分類（2013年10月改訂）301-303。

(2)新興国における企業の知財活動

企業活動のグローバル化は加速しており、我が国企業による海外での事業活動は、先進国だけでなく新興国にも広がっている。しかし、新興国での事業活動において権利侵害・模倣被害を懸念する企業も多い。昨今の新興国市場の興隆に伴い、ますます我が国企業の新興国進出が進むものと考えられるところ、企業にとっては、権利侵害・模倣への有効な対策を検討する必要性が高まってきている。本項では、新興国における権利侵害・模倣について、国内外企業へのヒアリングを行った結果の概要を示す。

①現状と課題

企業の権利侵害・模倣被害への対策の目的としては、権利侵害・模倣を放置せず更なる被害拡大を防ぐこと、自社ブランドを守ることが挙げられている。しかし、対策には多くのコストがかかるうえ、権利侵害・模倣被害は際限がなく、対応しきれないとの声も聞かれた。また、新興国では技術的判断の必要な特許権の行使が難しいといった課題も示された。

権利侵害・模倣被害の前段階として技術流出を懸念する企業も多く見られた。技術流出の態様として、取引先等からの流出、現地法人の従業員からの流出が挙げられる。特に後者については、技術者を含む現地法人の従業員の定着率が低く、退職の際に流出リスクがあるなどの声が聞かれた。

従業員からの技術流出防止のため、従業員に対する知財教育が重要と考える企業が見られた。従業員からの流出は、必ずしも技術部門や工場等からの流出に限られない。実際に、今後の課題として、新興国拠点の総務やマーケティングを担当する従業員への知財教育を挙げる企業も見られた。

②企業の対応

a. 権利侵害・模倣被害への対応

権利侵害・模倣への対応は際限がなくコス

トもかかるため、対応の効果が薄いところにはあまり力を入れない、顧客の安全に関わる製品の模倣対策にリソースを割くなどの工夫が見られた。

権利侵害・模倣被害への具体的な対応としては、訴訟が考えられる。訴訟のメリットとしては、訴訟そのものに権利侵害・模倣への牽制効果がある、損害賠償がメリットではなく、ブランドを濫用した低品質の製品が市場に出回ることを防ぐことにメリットがある、といった声が聞かれた一方で、訴訟コストを懸念する声も聞かれた。訴訟を避ける傾向にある企業は、まずは警告・交渉から開始し、行政摘発で対応する傾向がある。

新興国における訴訟や行政摘発においては、商標権が積極的に活用されている。新興国における特許出願は、その費用対効果を検討して絞り込みをする企業もあるところ、商標については多くの企業で積極的に出願を行っていた。理由としては、商標は見た目で判断されるので訴訟等の対応をしやすいという点が挙げられる。また、同様の理由で、意匠権を中心に活用している、という企業も見られた。

b. 技術流出への対応

技術流出の対策としては、取引先等との秘密保持契約や労働者との契約をしっかりと締結するといった対応が考えられる。その他、未然に技術流出を防ぐために、コア技術は本国で扱い海外には出さない、技術流出への懸念から新興国への最新技術の導入を見送った、等の対応も見られた。

従業員による技術流出防止のため、情報ごとにアクセス可能な者の範囲を細かく設定する、文章化されないノウハウを有する、といった活動が見られた。現地法人の従業員の定着率が低いことについては、幹部職員が本国人だけで構成されていると組織運営がうまくいかない傾向があるため、現地人を幹部職員に登用し組織運営することで、現地従業員の定着率を高める、という工夫もみられた。

c. 人材教育

技術流出防止のための従業員教育について、従業員教育の一環として、新人研修のカリキュラムに知財に関するテーマを入れるという企業が複数社見られた。その中には、自社の研修プログラムに則り、特許、商標、営業秘密等の各種研修を行うといった、従業員教育に熱心な企業もあった。また、これらの企業は、海外の各拠点でも説明会やセミナーを行っている。

d. その他

海外企業では、新興国でのビジネスをあくまで「グローバル」の一部として位置づけ、新興国に特化した知財戦略を立てない企業もみられた。ただし、このような特定の国に対する戦略を持たない海外企業であっても、例外的に、中国については模倣が多岐にわたるため、特別のチームを現地に設置し知財登録方針の見直しを行った企業もみられる。

Column 1

多様化する企業の知的財産戦略

近年、自社での技術開発のみならず、他社や大学等の外部からの技術、アイデア等を取り込みながら技術開発を促進するオープンイノベーションの活性化等、イノベーション手法が多様化しています。また、企業・大学等との協力関係や競争関係がより一層複雑に絡み合うようになってきた状況のもと、出願・権利化を行った上で、差別化領域である自社のコア技術をクローズ化（他社にライセンスせず、自社で技術を独占、技術を秘匿）しつつ、オープン化（他社への有償・無償ライセンス、公開）により製品関連技術を広く普及させることで、競争力の確保と市場の拡大を同時に実現することを目的とした戦略が我が国の企業にも浸透しつつあります。

このような状況を受け、特許庁は、我が国企業が実践しているオープン・クローズ戦略について、様々な業種の企業と意見交換を行いました。本コラムでは、それらの意見交換において得られた興味深い事例について、ご紹介します。

事例：立ち上げ期のオープンポリシー

当社は、これまで世の中に存在しなかった製品やサービスの立ち上げ期には、技術をオープンにすることで市場を急速に立ち上げることをトップポリシーとしている。しかし、当社と競合相手の技術が同一であると当社の優位性を保てないため、付加価値機能等の独自性を発揮できる部分は権利化や秘匿化により、クローズ化を図る。

事例：オープンとクローズ領域

当社では、他社からの購入や他社との協業により技術調達するオープン領域と、自社で独自に技術開発するクローズ領域とを組み合わせたオープン・クローズ戦略を採用している。オープン領域の技術を他社から調達するのは、自社開発に対してコストを削減することや製品・サービスの調達スピードを早めることが目的。一方、クローズ領域の技術を自社で開発するのは、顧客のニーズに合わせて、付加価値を提供することが目的。なお、事業当初から、オープン・クローズ戦略を策定するわけではない。他社からの技術調達の増加や、製品の共通化という時代の流れからオープン領域が拡大する中で、弊社としての独自色を出し、他社との差別化を図るための技術開発の結果として、クローズ領域が生まれている。

事例：幹部と知財部との頻繁な議論

知財部と、社長を含む幹部や事業部との距離が近いことが当社の成功の秘訣である。戦略を策定するにあたって、担当役員と毎週議論を行うなど、距離の近さのおかげでオープンにしてもよい領域がどこまで、絶対にオープンにすべきでない領域がどこまでか、というギリギリのラインを見定めて戦略を進めることができている。

事例：規格化に向けた特許の無償化

インターフェースを規格化するための仲間作りの一環として、インターフェースに関する特許を無償開放した。インターフェースが規格化されたことにより、各社の仕様に対応する製品を製造する必要がなくなり、規格化された部品のみを製造すれば良いこととなった。もしインターフェースが規格化されていなければ、各社の仕様に合わせた製品を製造しなければならず、大変だったかもしれない。

事例：市場拡大に向けて、海外企業との協業

中国での製品の普及促進に向けて、中国の競合企業に当社の省エネのための基本技術を開示して、協業を進めた。当社の虎の子の技術を中国の競合企業に開示することに現場の反対はあったが、「更に技術レベルの高いものを開発すればよい」との経営トップの強い思いで判断された。なお、当社の優位性を保つため、付加価値機能などの独自性を出す部分はクローズ化して、中国での棲み分けを行った。結果、中国市場を拡大できるとともに、部品の共同調達によるコストダウンにもつながり、大きな成果を得ることができた。

事例：ライセンス要望は受け付けない

当社が、お客様へのアピール度の高い技術を開発し製品に搭載したところ、1年後には複数の他社が類似製品を販売してきた。ところが、特許の権利化が遅れたために類似製品の販売を直ちに止めることができず、最終的にはライセンスを許諾した。この教訓をもとに、この製品のアピール度をさらに高める改良技術を開発した際には、早期審査制度の利用により早期に権利化を進めて、他社から類似品が出てもすぐに戦えるようにした。この改良技術は他社からライセンス要望も受けたが、ライセンス提供はしていない。

事例：用途特許の使用を許可

顧客を自社素材の購入に誘導するとともに競合他社の市場参入や拡大を阻止できるよう戦略を立てている。ある用途においての必須特許を自社で取得し、自社素材を購入する顧客にその用途特許の使用を許可している。その特許を回避したうえ事業を行えるかもしれないが、その用途特許が使えることで、顧客は競合に対して優位に事業展開ができる。素材自体の特許が強いケースばかりでは必ずしもないが、強い用途特許と合わせて提供されることが顧客にとっての魅力になり、そのことにより自社素材の拡販を進め自社技術の普及にも繋げる。

Column 2

通信分野のグローバルな知的財産活動における課題とその対応

IoT、AI等の言葉が新聞やニュースを賑わす昨今、通信分野において目覚ましい技術革新と企業活動のグローバル化が進んでいます。それに伴い、知的財産権を取り巻く環境や企業が抱える課題も変化しています。

特許庁では、通信分野のグローバルな知的財産活動における課題を整理・把握し、それらに対する対応策を議論すべく、企業の知財担当者や有識者の方々を中心に議論の場を設けました。本コラムでは、そのような議論の場で得られた特徴的な課題とその対応について、ご紹介します。

(1) 標準必須特許の評価

通信分野では、標準化団体における検討を通じて、技術を国際的に標準化することが一般的です。そして、標準策定の議論に参加した企業は、自社の特許が標準に必須の特許であるという宣言（以下、「必須特許宣言」）を行うことで、その特許は標準必須特許（SEP）となります。通信分野では、1つの標準に関連する特許が膨大で、SEPが1万件以上になる場合もあります。

この必須特許宣言において、標準化団体はその特許が標準に必須であるかの評価（以下、「必須性評価」）を行うための基準を設けていないため、各企業が独自に必須性評価を行い、必須特許宣言を行っています。必須性評価は企業の裁量に委ねられており、標準に必須ではない特許と知りながら故意に必須特許宣言を行う企業や、必須性評価に必要なコストが大きいと必須性評価を行わない企業もあります。

その結果、標準との関連性が薄い特許であってもSEPとして宣言されてしまい、標準技術を実施する事業者がそのSEPの権利者から過剰にロイヤリティを請求されたり、ライセンス交渉の対象となる特許が標準に真に必須の特許であるのかを巡って議論が紛糾し、交渉が難航する等の問題が生じます。

このような課題に対応するため、標準化団体は、必須性評価の客観性や透明性を高めるための議論を行ったり、より具体的な方策として、標準化団体が管理するデータベースにSEPを登録する際に、必須特許宣言の曖昧さを排除するためのプロセスをSEPの宣言者に要求する仕組みの導入を検討する等、様々な取組を行っています。

(2) 不実施主体による訴訟

通信分野は、通信機器・端末・関連機器等、最終製品を構成する技術領域が極めて広範であり、膨大な特許の集積によって各製品が作られています。そのような事情もあり、自らは特許製品の製造・販売を行わずに保有特許を利用して賠償金やライセンス料等の収益を得る不実施主体（NPE: Non Practicing Entity）による侵害訴訟が頻発しています。

NPE訴訟は、高額な損害賠償額を特徴とする訴訟システムを有する米国に現在は集中しているものの、裁判所が特許権者に好意的で特許権者の差止請求が認められやすい傾向のドイツでは、NPEが少しずつ現れています。また、特許侵害訴訟における損害賠償額を引き上げる方向で法改正が検討されている中国では、今後NPEが出現する可能性があり、特許を購入する新たな知財ファンドも存在していることから、今後の動向が注目されます。

NPEに訴訟を起こされた場合の対応としては、NPEと徹底的に戦うという方針の企業もある一方で、NPEに取得されると問題になるであろう特許を知財管理会社に事前に購入してもらってリスクの芽を摘むなど、他社との連携によって訴訟対策を講じている企業もあります。

(3) 自動車分野における次世代情報通信技術の活用

自動車分野は、次世代情報通信技術の活用分野のひとつとして注目されています。具体的には、ナビゲーションや衝突防止技術、自動運転システム等、自動車のインテリジェント化の実現に資する各種機能が構想されています。

そして、各種機能の実現のために通信機能を自動車に搭載するにあたっては、他社の自動車との通信が求められる部分について技術や方式の標準化が必要になることが予想され、その場合、自動車関連企業にも標準策定の議論に参加する可能性が生じます。

また、これまで自動車業界が関わることのなかった通信業界との連携・競争が増加すると見られ、通信分野の企業を相手にした特許訴訟も生じてくると考えられます。自動車関連企業の中には、特許に係る係争を回避する策のひとつとして、通信技術に関するオープンソースの活用を念頭に置いている企業もあります。

Column 3

ビジネス関連発明の最近の動向と今後の取組

「ビジネスモデルに関する特許を取得したい。」という声を耳にする機会が増えています。企業がそう考える背景の一つとして、B to B 事業に注力する中、次世代の「ものづくり」を支える ICT ソリューションの事業拡大や、自社デバイス等を採用する顧客のビジネスモデルを保護したいとのニーズの増加があるようです。

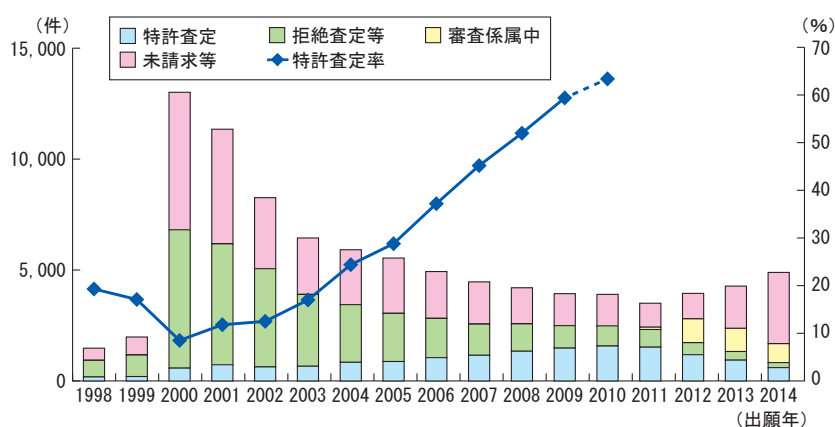
本コラムでは、これまでのビジネス関連発明の特許出願動向や審査状況を振り返りつつ、今後の取組について、ご紹介します。

1. これまでのビジネス関連発明の特許出願動向と審査状況

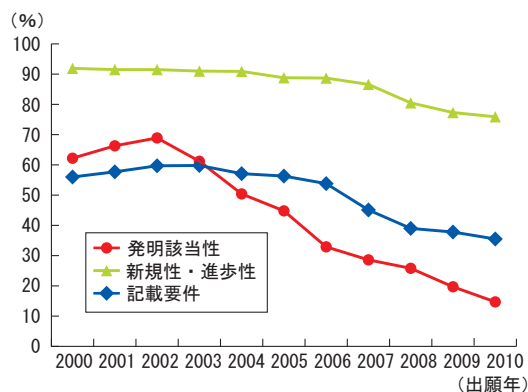
米国でのビジネス関連発明を巡る判決¹等を契機として、日本においても2000年頃にビジネス関連発明の出願ブームともいえる状況が生じました。その後、出願件数は減少を続けていましたが、2011年を底に増加傾向に転じています。

ビジネス関連発明の審査状況について見ますと、出願が急増した2000年の出願に対する特許査定率は10%を下回っていました。その後、特許査定率は徐々に増加し、現時点で審査が概ね終了している2010年の出願に対する特許査定率は、63.4%にまで上昇しています。特に、特許法上の「発明」であること（発明該当性）が認められないと判断された出願の割合は大幅に減少しています。

ビジネス関連発明の特許出願動向及び審査状況



ビジネス関連発明の一次審査における特許要件別拒絶理由通知率



（備考）ここでは、主要な分類として次のFIが付与された出願をビジネス関連発明として集計しています。

・G06F15/20@G, N, R ・G06F15/20, 102 ・G06F15/21 ・G06F15/24 - G06F15/30 ・G06F15/42

・G06F17/60 (2000年7月から付与開始) ・G06Q(2012年1月から付与開始)

2010年の出願には審査係属中の案件が1件含まれるため、同年の特許査定率は、暫定値となっています。

1 State Street Bank & Trust Co. v. Signature Financial Group (1998) (Fed. Cir.)

このような出願動向や審査状況となっている要因は、複合的なものと考えられますが、一つには、ビジネス関連発明の審査が進むにつれ、この分野の審査基準の考え方が出願人に浸透し、出願の厳選や適切な補正等の対応が進んでいることが挙げられます。また、ICTの普及発展や、サービスがコンシューマ向けからビジネス向けへシフトしていることも挙げられます。これらにより、ICTを全く利用しないといった、明らかに発明該当性を満たさない出願が減る一方で、サービス部分に特徴を有するだけでなく、高度な情報技術を利用するビジネスモデルに関する出願が増え、近年のビジネス関連発明の出願増加に繋がっていると考えられます。

2. 今後のビジネス関連発明に係る特許庁の取組

ビジネス関連発明の特許を取得する意味・目的は、各企業の事業戦略に応じて様々と考えられますが、一般的には

- ① 自社のビジネスモデルの模倣を抑止・防止する
- ② B to Bにおいて、顧客のビジネスモデルを保護可能にしておくことにより、自社の製品やソリューションに付加価値をつける

ことが挙げられます。特に、他社に新規なビジネスモデルを提案する場合に、ビジネスモデルのアイデアだけが取り込まれる結果にならないよう、事前に権利取得しておくことが重要です。

ビジネス関連発明は、B to B事業の拡大に加え、クラウドコンピューティング、IoT、FinTech等の更なる進展があいまって、今後ますます重要性を増し、画期的な発明が活発に生み出されていくと考えられます。ビジネス関連発明に対して、米国では2014年のAlice米最高裁判決¹をきっかけとして、発明該当性の判断に係る運用を変更し、出願件数が減少傾向²となっていますが、我が国では、これまでどおりの安定した審査基準を適切に運用し、出願人が必要とする、画期的な発明に見合った特許権を設定して参ります。

あわせて、今年度は情報発信の強化にも努め、幅広いニーズに応えて参ります。ビジネス関連発明の審査基準の考え方が多くの出願人に浸透しているとはいえ、生み出したビジネスモデルのアイデアの中に、特許可能なICTが潜在していることに気づかないとの声や、どの程度の改良により、進歩性を有すると判断されるのかわかりづらいとの声も寄せられています。また、過去の特許査定率が低調であった時期の記憶から、ビジネス関連発明は出願しても特許を取得しづらいとのイメージが根強く残り、出願を躊躇するケースが発生しているおそれもあります。このような問題認識の下、ビジネス関連発明の出願経験が少ない方や、生み出したビジネスモデルについて出願すべきか判断しかねている方等に向けて、正確な出願動向、審査状況の情報提供を行うとともに、審査官による発明該当性、進歩性等の判断実務に係る説明機会を増やしていきたいと考えています。

1 Alice Corp. Pty. Ltd. v. CLS Bank Int'l (2014)

2 <http://www.uspto.gov/dashboards/patents/main.dashboard>