

令和6年度特許庁請負事業

令和6年度  
新興国等知財情報の活用に関する調査  
報告書

令和7年3月

一般社団法人発明推進協会



## 要 約

### 目的

新興国等知財情報に対する活用実態と具体的なニーズを調査し、今後特許庁が提供すべき新興国等知財情報サービス検討時の基礎資料とすること、そして、日本企業に対し、民間企業の経営判断や事業活動における新興国等の知財情報の活用方法について情報提供することを目的とする。



### 公開情報調査

各種公開文献・情報等を調査し、新興国において事業展開・知財取得を図る日本企業情報等に関し、以下調査内容等のための基礎情報としてまとめた。

### アンケート調査

新興国等知財情報に係る活用実態や具体的なニーズを把握するためにアンケート調査を実施し、民間企業・弁理士、計 100 者から回答を得た。

### ヒアリング調査

新興国等知財情報の活用実態や新興国等知財情報及びその翻訳に対する具体的なニーズに関し、民間企業 20 者にヒアリング調査を行った。

### 委員会による検討

本調査に関して専門的な知見を有する学識経験者、企業関係者、コンサルタント等を含む 6 名からなる委員会を設置し、4 回開催した。



### まとめ

上記各調査結果等を総合的に分析し、報告書として取りまとめると共に提言を行った。

現在の新興国での知財情報に関しては、FTO 調査等、事業リスク回避を目的とした活用ニーズが高く、各国知財庁等における信頼性の高い知財情報の整理・発信が求められる。また、企業に対しては、今後の新興国の経済成長等を見据え、動向分析等のマクロ的な調査への取組みが期待される。

本調査報告書における「新興国」とは、東南アジア、特にシンガポールを除く ASEAN 各国を指しています（但し、他地域の新興国も排除はしていません）。

## I. 公開情報調査

公開情報調査では、以下公開文献・情報等の調査を行った。

- ・新興国知財に係る文献調査
- ・新興国進出企業等に係る公開情報調査

調査結果から、新興国において事業展開・知財取得を図る日本企業情報等についてとりまとめ、アンケート調査、ヒアリング調査、及び委員会等本事業活動における基礎情報として活用した。

## II. アンケート調査

新興国における事業展開及び知財活動を積極的に行っていると推測される企業から効率的に回答を収集するため、主に、以下の知財関連機関等を通じ、企業等合計 1,177 社・者に対してアンケート協力依頼を行った。

- ・一般社団法人日本知的財産協会の 18 の専門委員会
- ・日本弁理士会の 5 つの委員会
- ・独立行政法人日本貿易振興機構が事務局を務める IIPPF（国際知的財産保護フォーラム）

調査内容としては、以下項目別に、関連する設問を設定した（全 30 問）。

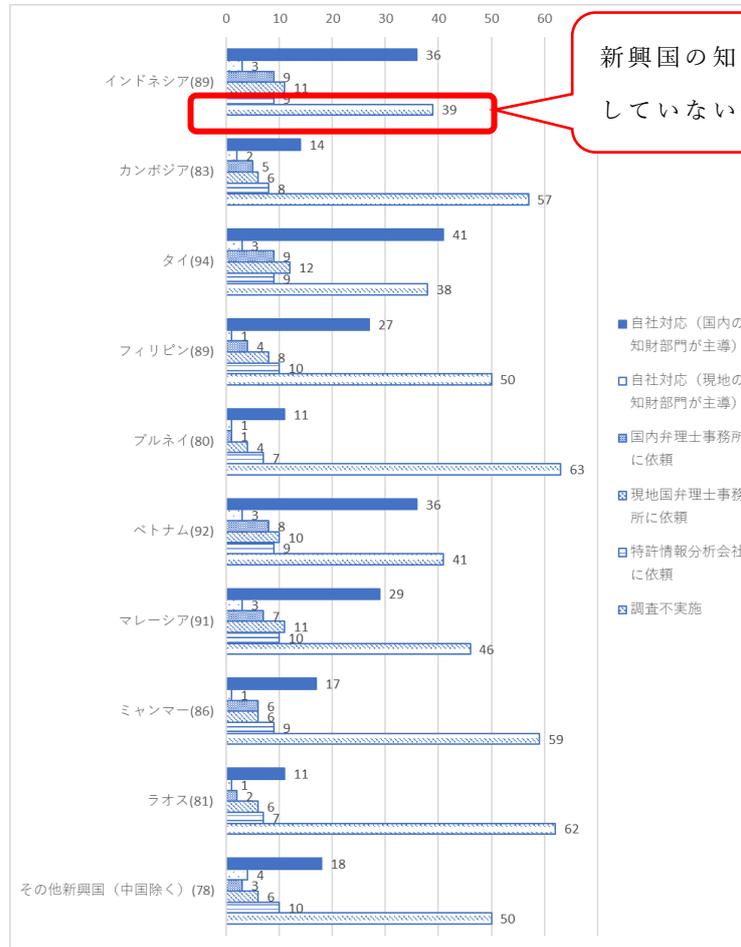
- ・新興国への事業展開
- ・知財情報調査の実施体制等
- ・翻訳について
- ・知財データベースについて
- ・調査結果の活用等について

アンケート調査の結果、計 100 件のアンケート回答を収集し、各設問の有効回答を集計（単純集計・クロス集計）し、以下を始めとする各種調査結果を得た。

調査の結果、新興国知財情報の積極的な活用には至っていない状況が見られた。

その中での活用面にフォーカスすると、調査目的としては、FTO、クリアランス（侵害予防・他社権利排除等）関係を挙げる回答が非常に多く、新興国におけるビジネス上のリスク回避が、新興国知財活動において重視されていることが窺われた。その一方で、調査結果の精度や信頼性、整合性等の面から、現在の新興国知財情報に対し不安を抱えており、知財情報活用の課題となっている現状も浮き彫りになった（以下図参照）。

図 1 新興国知財情報の調査体制



新興国の知財調査を実施  
していない企業が多い

図2 調査目的別利用データベース

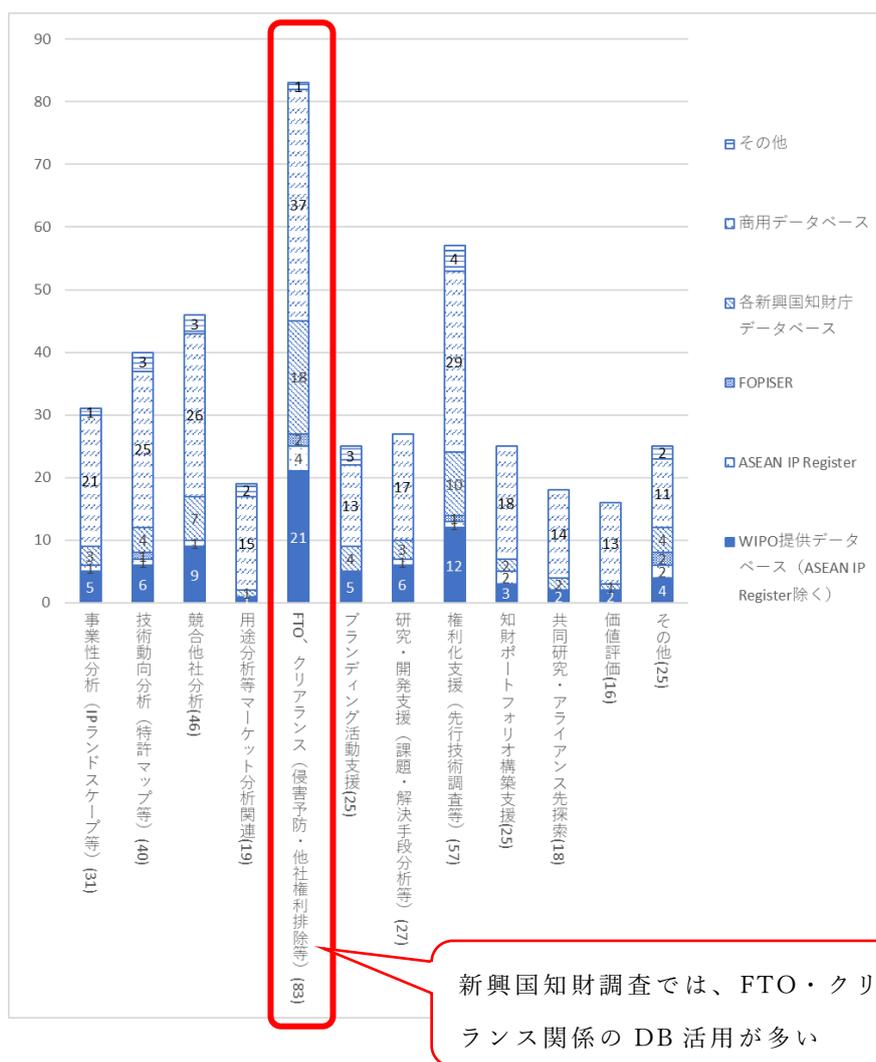


図3 新興国知財情報が活用できない理由



### Ⅲ. ヒアリング調査

アンケート調査、公開情報調査から得られた情報を基にヒアリング候補企業を絞り込み、20社（21頁のヒアリング実施企業一覧を参照）に対してヒアリングを実施した。

主に、経営や事業活動に対する新興国等知財情報の活用実態についての聞き取りを行い、併せて、新興国等知財情報の取得や翻訳に関連する課題や具体的なニーズについて確認を行った。

なお、ヒアリング調査対応として、各社ウェブサイト等を基に、基本情報、ASEAN地域進出状況、権利取得状況、知財部門等に係る情報の収集・整理を事前に行った上で、ヒアリング調査を実施した（24頁の、Ⅳ. ヒアリング調査（3）ヒアリング企業情報の事前調査参照）。

その結果として、以下に示すような知見・示唆等が得られた。

#### 1. 新興国市場と知財

成長市場としては重視されているのに比し、知財面では、必ずしも積極的な知財活動が展開されているとは言えない現状が見られた。

その背景として、新興国市場において、競合他社（あるいはアライアンス先）となり得る現地ローカル企業が不在である点、ビジネスモデル上、製品のローカライズ等の現地開発は行われていない点等が挙げられた。

#### 2. 新興国における知財情報活用

現状、新興国における主な競合としては、ワールドワイドに活動する先進国企業等となるが、その出願動向は、ワールドワイドDBの調査で把握可能である。

新興国における知財活動は、FTO対策がメインであるが、ワールドワイドDBでの調査がメインで、現地知財庁DB等の調査はサブ的な位置づけとなる。

また、新興国知財情報には、収録範囲やデータの品質等の面で課題があり、調査にも限界が存在する。そのことを前提条件として、知財情報を活用しているのが現状である。

#### 3. 商標の活用・調査

新興国においては、ハウスマーク重視、模倣品対策の手段として特許より商標を重視する傾向等、商標の活用に関し、先進国等とは異なる特徴的な点も見られる。商標情報を情報分析の対象として活用するケースは、現在は少ないが、その

有用性・可能性の指摘も見られた。

#### 4. 非知財情報の活用

現地ニーズ等の取得手段としては、各種非知財情報を活用するケースが見られ、非知財情報等の分析・裏付情報としての知財情報を活用する等、知財・非知財両情報の関係性についての示唆も見られた。

### IV. 委員会による検討

本調査に関して専門的な知見を有する学識経験者、企業関係者、コンサルタント等を含む6名からなる委員会を設置し、4回開催した。

#### 第1回 令和6年10月3日（木）14:00～16:00

主な論点：アンケート結果等を踏まえての本事業での調査の方向性、ヒアリングにおける質問内容（項目）について、ヒアリング対象者について

主な結論等：

- ・企業の事業化に向けたフェーズで見た本事業の調査範囲は、事業性の検討～投資の決定までとする。
- ・ヒアリングの実施においては、アンケート回答だけからでは読み取れない、新興国における知財情報活用の実情を深掘りする点に注力。
- ・ヒアリングでは、知財情報活用・使い方に関し、FTO調査以外の目的（R&D戦略のため等）について、実施上の課題や必要なソース等、情報・知見を得ることに努める。
- ・ヒアリング先は、新興国への進出の形態や、業種、進出先国等を勘案して、バランスよく選定することが望ましい。

#### 第2回 令和6年11月8日（金）10:00～12:00

主な論点：ヒアリング結果等を踏まえての本事業での調査の方向性、ヒアリングにおける質問内容（項目）について、ヒアリング対象者について

主な結論等：

- ・ヒアリングでは、周辺制度と知財との関係や、情報リテラシーの観点からの確認等も、併せて行うと良い。
- ・「知財情報の活用」と、活用の土台となる「知財情報の収集」、この

2点からとりまとめるという考え方がある。知財情報の活用に関しては、「経営戦略・判断」「事業戦略」「R&D戦略」の3つの方向性から確認を行う。

・ヒアリングでは、新興国知財情報の活用にフォーカスし、知財情報を活用する目的、活用する上での課題、日本企業が求めている点等について、深掘りを行う。とりまとめの方向性としては、活用目的を軸とすることが望ましい。

### 第3回 令和7年1月21日（火）14:00～16:00

主な論点：ヒアリング結果等本事業調査に基づく知見（言えること・わかったこと）、上記知見を踏まえての今後の新興国における知財情報活用に向けての提言の方向性

主な結論等：

- ・ビジネスの場は新興国であっても、プレーヤーはグローバル企業同士、という状況が続いてきたが、今後ローカルカンパニーが力をつけ台頭してくる環境変化も見据えた提言を行うのが良い。
- ・FTO調査以外の知財情報活用の目的（アライアンス先の探索等）に着目して、報告書に明示していく。
- ・提言案策定においては、以下各点について考慮する。
  - \* 各国知財庁が有する特許情報の、一次情報の未整備については、国際機関や先進国知財庁等からなる国際協力の枠組みでインフラサポートを行うことが必要ではないか。
  - \* 特許庁等による、現時点で利用可能なDBなどの新興国知財情報のポータル的な整備や情報発信等を通じ、新興国知財情報の活用をサポートする取組み等も考えられる。
  - \* 企業における、FTO調査以外の目的による特許情報の活用法を具体化して提示する。

### 第4回 令和7年2月17日（月）14:00～16:00

主な論点：提言の方向性の再確認・再合意、上記方向性に沿った提言案の検討

主な結論等：

- ・提言1．企業による現在の知財情報活用の進展を支援
- ・提言2．企業による新たな知財情報活用へのチャレンジ  
（提言1及び2の詳細はV.を参照）

## V. まとめ

上記 I ～ IV における調査結果等を踏まえ、以下提言として取りまとめた。

### 提言 1. 企業による現在の知財情報活用の進展を支援

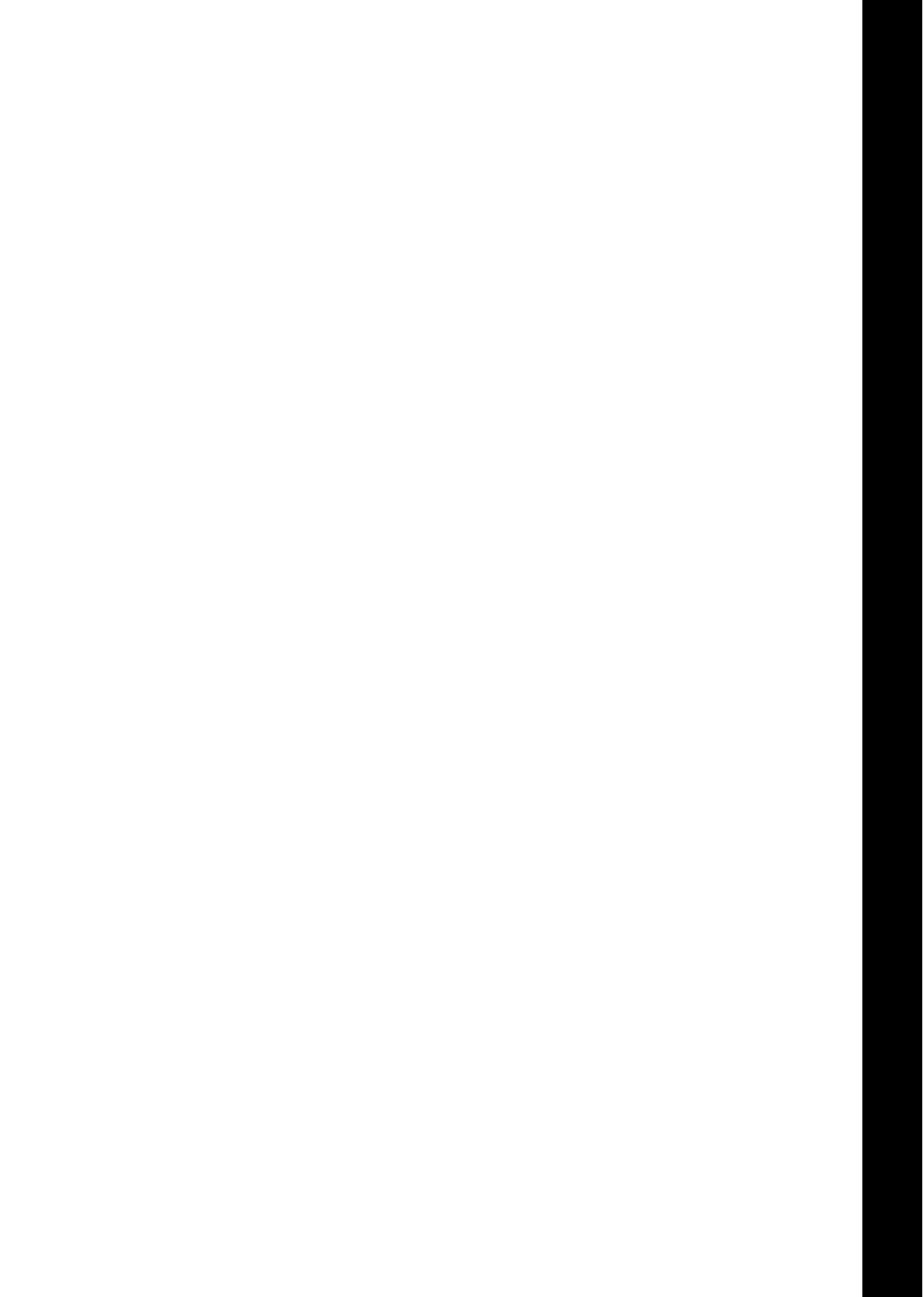
FTO 調査を重視する等、安心感や確かさを求める傾向も見られる日本企業の知財活動を、新興国でも円滑に進めるため、以下に示すような、環境整備に向けた取組み・アプローチが、新興国知財庁等に求められる。

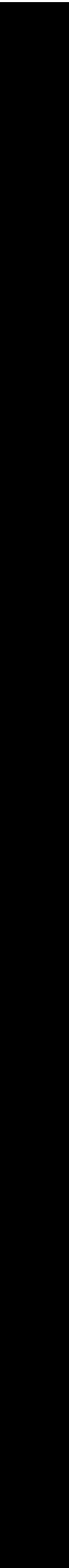
- ・ ベースとなる新興国知財情報の整備
- ・ 認証制度導入による、知財情報の品質向上・均質化
- ・ 新興国知財庁 DB の機能改善
- ・ 特許庁関連 DB 等による新興国知財情報の活用支援
- ・ 新興国知財情報へのアクセス支援

### 提言 2. 企業による新たな知財情報活用へのチャレンジ

新興国の環境変化を見据え、新興国における円滑なビジネス展開に資するべく、日本の各企業において、以下に示すような、新たな知財情報の活用への取組みが期待される。

- ・ 現地競合企業の把握
- ・ 意匠・商標等を用いた現地トレンド把握
- ・ 新たな用途・パートナーの探索
- ・ 自社プレゼンス向上への知財情報の活用
- ・ 非知財情報と併用しての相互補完





「令和6年度新興国等知財情報の活用に関する調査」  
委員会名簿

委員長

野崎 篤志 株式会社イーパテント 代表取締役社長  
知財情報コンサルタント

委員

井口 雅文 S&I International Bangkok Office 所長 日本国弁理士

中村 栄 旭化成株式会社 知財インテリジェンス室 シニアフェロー

中野 正也 株式会社ワールド・ビジネス・アソシエイツ 取締役副社長

早矢仕 真史 株式会社松永製作所 海外営業部 部長

米山 茂美 学習院大学 経済学部 経営学科 教授

オブザーバー

原 和 秀 特許庁 総務部総務課特許情報室 室長補佐

五十嵐 伸 司 特許庁 総務部総務課情報技術統括室 電子計算機専門職

宮 崎 愛 特許庁 総務部総務課情報技術統括室  
特許情報企画調査班 商標計画係

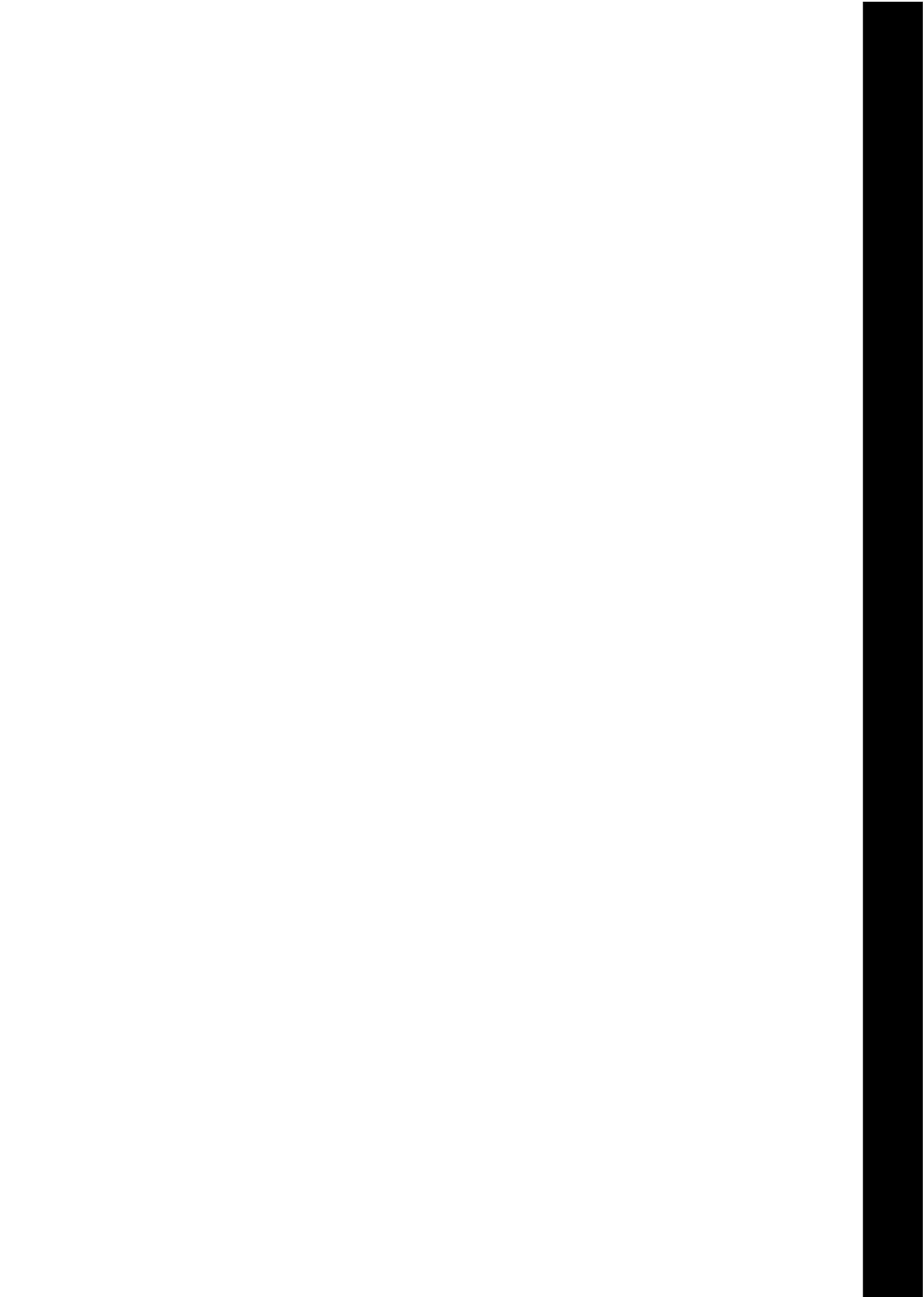
事務局

扇谷 高男 一般社団法人発明推進協会  
知的財産研究センター センター長

三浦 隆征 一般社団法人発明推進協会  
調査研究グループ 調査研究チーム 課長

檜山 美智子 一般社団法人発明推進協会  
調査研究グループ 調査研究チーム 課長補佐

真家 馨 一般社団法人発明推進協会  
知的財産情報サービスグループ 研修チーム 課長補佐





# 目 次

要約

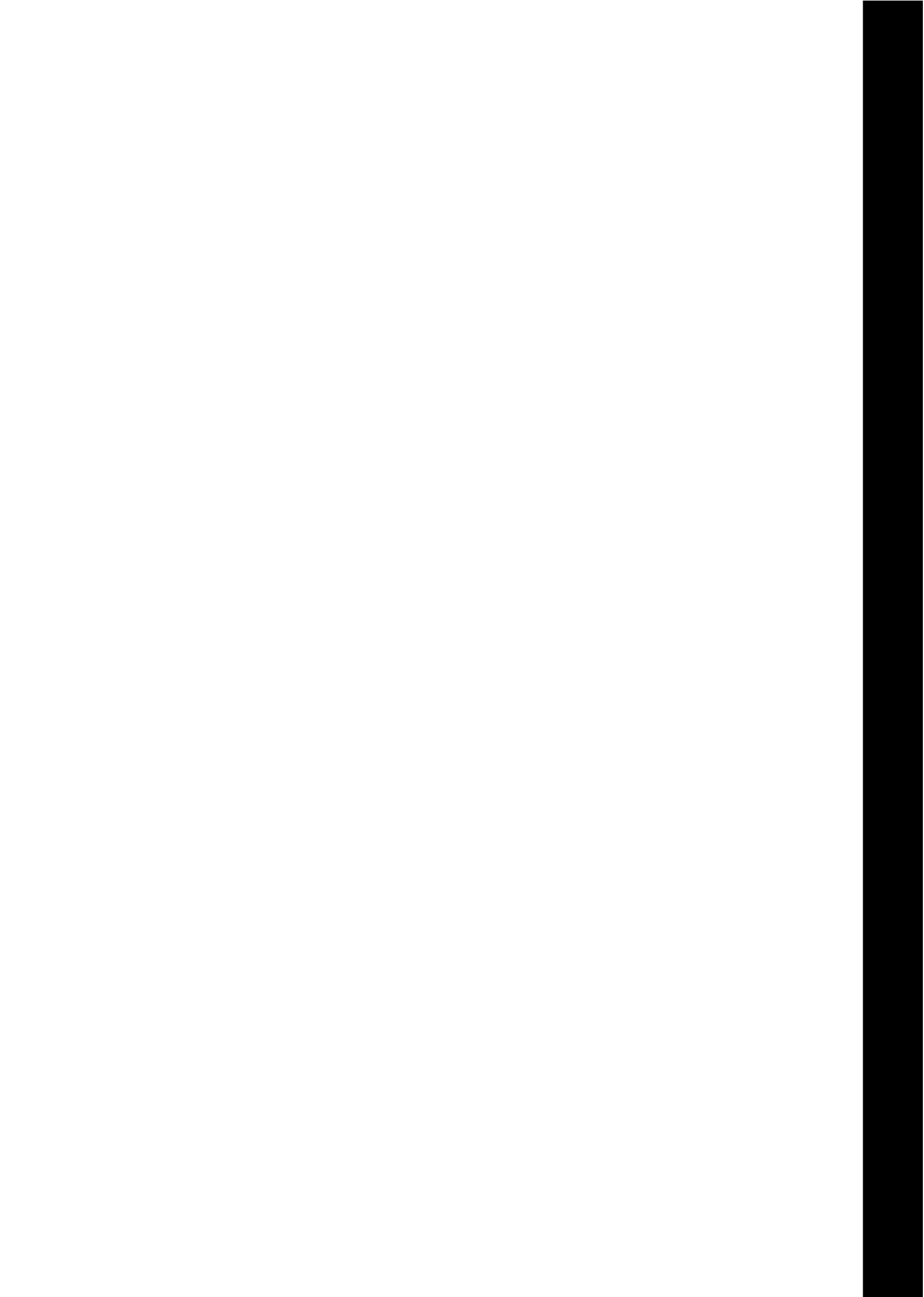
委員会名簿

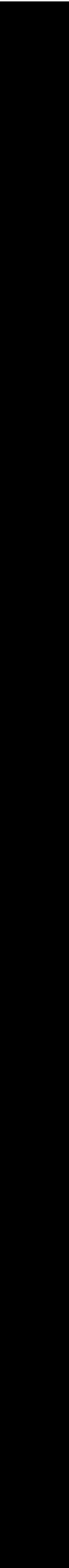
|                     |   |
|---------------------|---|
| I. 調査研究の背景及び目的..... | 1 |
| 1. 本調査研究の背景.....    | 1 |
| 2. 本調査研究の目的.....    | 2 |
| II. 公開情報調査.....     | 3 |
| 1. 調査目的.....        | 3 |
| 2. 調査方法.....        | 3 |
| 3. 調査結果.....        | 4 |
| III. アンケート調査.....   | 6 |
| 1. 調査目的.....        | 6 |
| 2. 調査方法.....        | 6 |
| (1) 調査対象.....       | 6 |
| (2) 調査手段.....       | 6 |
| (3) 調査項目.....       | 7 |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| (4) 調査期間 .....              | 7  |
| 3. 調査結果 .....               | 7  |
| (1) 回答者情報 .....             | 7  |
| (2) 新興国への事業展開状況 .....       | 8  |
| (3) 知財情報調査の実施体制等 .....      | 10 |
| (4) 翻訳について .....            | 12 |
| (5) 知財情報データベースについて .....    | 13 |
| (6) 調査結果の活用等について .....      | 17 |
| (7) 要望等 .....               | 19 |
| <br>                        |    |
| IV. ヒアリング調査 .....           | 21 |
| 1. 調査目的 .....               | 21 |
| 2. 調査方法 .....               | 21 |
| (1) 調査対象 .....              | 21 |
| (2) 調査項目 .....              | 22 |
| (3) ヒアリング企業情報の事前調査 .....    | 24 |
| 3. 調査結果 .....               | 24 |
| (1) 新興国等における知財情報活用の現状 ..... | 25 |
| (i) 新興国市場と知財 .....          | 25 |
| (ii) 新興国における知財情報活用 .....    | 28 |
| (iii) 新興国知財調査の限界と割り切り ..... | 32 |
| (iv) 知財情報活用の社内浸透 .....      | 36 |
| (v) 商標の活用・調査 .....          | 40 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| (vi) アライアンス .....                  | 42 |
| (vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用 .....   | 43 |
| (2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題 .....        | 44 |
| (i) 現在の知財情報活用の進展 .....             | 44 |
| (ii) 新たな知財情報活用の取組み .....           | 49 |
| <br>                               |    |
| V. 委員会による検討 .....                  | 76 |
| 1. 目的 .....                        | 76 |
| 2. 開催時期・場所 .....                   | 76 |
| (1) 第1回 .....                      | 76 |
| (2) 第2回 .....                      | 76 |
| (3) 第3回 .....                      | 76 |
| (4) 第4回 .....                      | 77 |
| 3. 委員 .....                        | 77 |
| 4. 開催内容等 .....                     | 77 |
| (1) 第1回 .....                      | 77 |
| (2) 第2回 .....                      | 80 |
| (3) 第3回 .....                      | 81 |
| (4) 第4回 .....                      | 84 |
| <br>                               |    |
| VI. まとめ .....                      | 86 |
| 1. 新興国・地域における知財情報活用の現状と今後の変化 ..... | 86 |
| 2. 提言 .....                        | 87 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 提言 1 .....              | 87  |
| 提言 2 .....              | 88  |
| 資料編.....                | 91  |
| 資料 I .....              | 93  |
| アンケート調査質問票（企業向け） .....  | 95  |
| 資料 II .....             | 107 |
| アンケート調査質問票（代理人向け） ..... | 109 |





# I. 調査研究の背景及び目的

## 1. 本調査研究の背景

近年、グローバル化をはじめ、日本企業を取り巻く環境は大きく変化してきている。そのような中、日本企業は、諸外国企業等との競争に勝ち抜くため、より生産コストが低い途上国へ生産拠点を移してきたところであるが、昨今、そういった途上国は、いわゆる新興国と呼ばれる国々へと変貌してきている。そして、ASEANをはじめとする新興国等は、単なる生産拠点としてだけでなく、市場としての魅力も高まってきているところである。日本企業の国際競争力を更に高めていくためには、このような新興国等市場を取り込むことが必要になるが、そのためには、現地特有の社会的課題の解決を進めていくことが望ましい。

このような状況において、政府は、「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」（令和4年6月7日閣議決定）<sup>1</sup>では、日本企業の国際競争力の向上に向けて、新興国企業との連携を通じた新製品・新サービスの創出による現地の社会的課題解決を進めるべきとし、また、「知的財産推進計画2023」（2023年6月9日知的財産戦略本部）<sup>2</sup>では、今後一層拡大が見込まれる新興国市場に対する日本企業のグローバル展開を支援するため、新興国等の知財人材に対して研修を行い、新興国等の知的財産制度の整備を支援するとしている。

他方、日本企業からも、新興国等を含む海外の知財情報（特許、実用新案、意匠及び商標を調査・収集することに対するニーズが高まってきている。そこで、日本国特許庁では、日本企業を含む一般ユーザに対して「外国特許情報サービス FOPISER」<sup>3</sup>を通じて、日本語翻訳された新興国等の知財情報を提供してきたところであるが、それら知財情報の活用実態の全体像は必ずしも明らかではない。

また、これまで、知財情報がコピー商品等の模倣品対策において活用されていることは明らかにされてきたものの、新興国等の知財情報が民間企業の経営判断や事業活動にどのように活用されているかを調査したものはない。

---

<sup>1</sup> 「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画～人・技術・スタートアップへの投資の実現～」（令和4年6月7日閣議決定）III. 3.（2）③（p.19）

[https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii\\_sihonsyugi/pdf/ap2022.pdf](https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/ap2022.pdf)

<sup>2</sup> 「知的財産推進計画2023」（2023年6月9日知的財産戦略本部決定）III. 9.（2）（p.101）

[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku\\_kouteihyo2023.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku_kouteihyo2023.pdf)

<sup>3</sup> 「外国特許情報サービス FOPISER」 <https://www.foreignsearch2.jpo.go.jp/>

## 2. 本調査研究の目的

そこで、本調査研究では、新興国等知財情報に対する活用実態と具体的なニーズを調査し、今後特許庁が提供すべき新興国等知財情報サービスを検討する際の基礎資料とすることを目的とする。また、日本企業に対して、民間企業の経営判断や事業活動における新興国等の知財情報の活用方法について情報提供することも目的とする。

## II. 公開情報調査

### 1. 調査目的

近年に公表された書籍、論文、調査研究報告書、審議会報告書、事例集、データベース情報及びインターネット情報等を利用して、国内外企業等における、新興国等での知財情報の活用に関する文献・情報等を調査、整理及び分析し、アンケート調査、ヒアリング調査、委員会における検討、調査結果の分析・取りまとめ等を行うための基礎情報を得ることを目的とする。

### 2. 調査方法

#### (1) 新興国知財に係る文献調査の実施

新興国等における国内外企業等の知財情報の活用実態に係る基礎情報取得のため、以下に示すような公開文献・情報の調査等を行った。

表 1 主な調査文献・収集情報例

|   | タイトル                                     | 発行年    | 発行者等          | 主な情報収集対象   |
|---|--|--------|---------------|--|
| 1 | ASEAN における産業財産権の 検索データベースの調査             | 2023 年 | (独行) 日本貿易振興機構 | ・ASEAN 関連の知財 DB の概要整理<br>・ASEAN 各国への上位出願人の把握・整理                                |
| 2 | ASEAN における各国横断検索が可能な 産業財産権データベースの調査 2023 | 2024 年 | (独行) 日本貿易振興機構 | ・ASEAN 関連の知財 DB のスペック・留意点等、詳細整理  |
| 3 | 途上国諸国等における知財人材育成に関する調査研究報告書              | 2023 年 | (一社) 発明推進協会   | ・公開情報により抽出された、各国産業財産権制度の課題点<br>・企業ヒアリングにより深掘りされた、調査対象国・地域において日本企業が直面している個別の課題等 |

|   |               |        |                   |  |
|---|---------------|--------|-------------------|--|
| 4 | ASEAN の知的財産概況 | 2024 年 | (独行) 日本<br>貿易振興機構 | ・ ASEAN 関連の知財統計情報及<br>び知財概況<br><br>・ エンフォースメント状況他<br><br>ASEAN 関連の知財関連動向 |
|---|---------------|--------|-------------------|--|

これらの文献は、主に、新興国各国における知財の出願・登録状況や、各国知財庁データベースに係る情報からなり、本調査事業の主目的である、日本企業の新興国における知財情報活用事例等に係る、有益な具体的情報は得られなかった。

## (2) 新興国進出企業等に係る公開情報調査

新興国に進出をしている日本企業、新興国において特許・商標等の知財権を取得している日本企業を主な対象に、各社ウェブサイトを中心に、下表に示すような、新興国等での知財情報の活用に関連性のある情報を調査した。

表 2 主な調査項目・収集情報例

| 項目           | 収集情報例                           |
|--------------|---------------------------------|
| 基本情報         | 創業、グループ会社、資本金、連結売上高、従業員数、事業概要 等 |
| ASEAN 地域進出状況 | 進出時期、拠点数 等                      |
| 権利取得状況       | ASEAN 各国における特許、意匠、商標等の権利取得件数 等  |
| 知財部門         | 社内での位置づけ、組織構成、海外対応 等            |
| 知財活動         | 知財戦略、主な知財活動、知財情報分析の取組み等         |

## 3. 調査結果

各調査結果は、

- ・ アンケート調査における、設問の検討・作成
- ・ ヒアリング調査における、各ヒアリング対象に適したヒアリング項目の検討・作成、並びにヒアリング時における補助資料としての活用

・ 委員会における関連資料の作成  
等、各種調査・関連資料作成等における基礎情報として活用した。  
なお、具体的な調査結果は、各ヒアリング対象固有の情報に相当するため、  
本報告書での掲載は割愛する。

### Ⅲ. アンケート調査

#### 1. 調査目的

民間企業における経営や事業活動に対する新興国等知財情報の活用実態を明らかにすると共に、新興国等知財情報に対する具体的なニーズを把握するために、アンケートによる情報収集を行った。

また、アンケート結果については、併せてヒアリング対象候補の選定に役立てるため、アンケート回答企業の中から、ヒアリングへ協力する意思があり、かつ、新興国等知財情報の活用に関する有用な情報が得られそうな企業を抽出することとした。

#### 2. 調査方法

具体的なアンケート調査の実施方法としては、以下のとおり。計 100 件程度の回答収集を目標として実施した。

##### (1) 調査対象

調査対象は以下の計 1,177 社・者。

新興国における事業展開及び知財活動を積極的に行っていると推測される企業から効率的に回答を収集するため、主に、以下の知財関連機関等を通じ、企業等に対してアンケート協力依頼を行った。

- ・ 一般社団法人日本知的財産協会の 18 の専門委員会を通じて、所属する 645 社の企業にアンケート協力を依頼した。
- ・ 日本弁理士会の 5 つの委員会を通じて、所属する会員 318 名に対し、クライアント企業等を想定したアンケートとして協力を依頼した。
- ・ 独立行政法人日本貿易振興機構が事務局を務める IIPPF（国際知的財産保護フォーラム）事務局を通じて、メンバー企業 203 社に対しアンケート協力を依頼した。

##### (2) 調査手段

インターネット上にアンケートフォームを設置し、回答を収集した。

### (3) 調査項目

アンケートにおける調査項目は、以下の7テーマ計30問により構成。  
個別の設問及び回答項目については、資料編の『アンケート調査質問票』を参照のこと。

- ・ 回答者情報 (設問 1～7)
- ・ 新興国への事業展開 (設問 8、9)
- ・ 知財情報調査の実施体制等 (設問 10～13)
- ・ 翻訳について (設問 14、15)
- ・ 知財データベースについて (設問 16～23)
- ・ 調査結果の活用等について (設問 24～28)
- ・ ご要望等 (設問 29、30)

### (4) 調査期間

協力依頼先の団体等ごとに、3～4週間程の回答期間を設定し、下記の期間内で回答を収集した。

- ・ 回答収集期間：2024年9月4日（水）～2024年12月5日（木）

## 3. 調査結果

アンケート調査の結果、計100件のアンケート回答を収集し、各設問の有効回答を集計した。

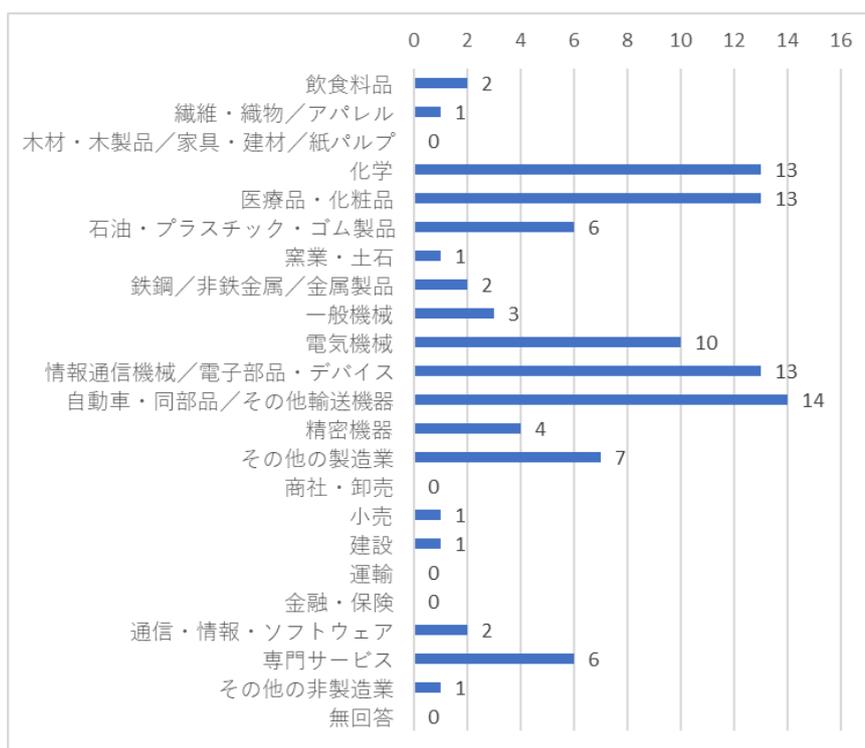
設問ごとの集計結果は以下のとおり。

### (1) 回答者情報

設問2の集計結果より、回答者の大半を製造業が占める。

また、設問5の回答結果を参照すると、回答者のほぼ全員が、知的財産部門の担当者もしくは責任者であった。

図1 回答者業種【アンケート設問2集計】



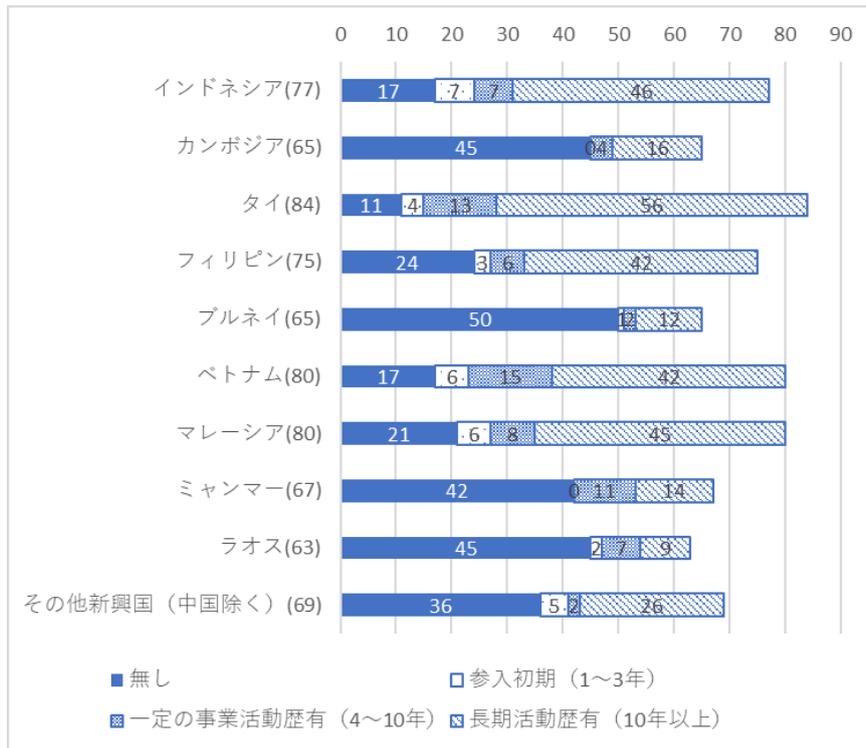
## (2) 新興国への事業展開状況

設問8の集計結果から、新興国への進出状況として進出企業が多い国（インドネシア、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア）と、少ない国（カンボジア、ブルネイ、ミャンマー、ラオス）とに大別された。

また、進出企業が多い国では、長期活動歴のある企業が多い傾向が見られた。

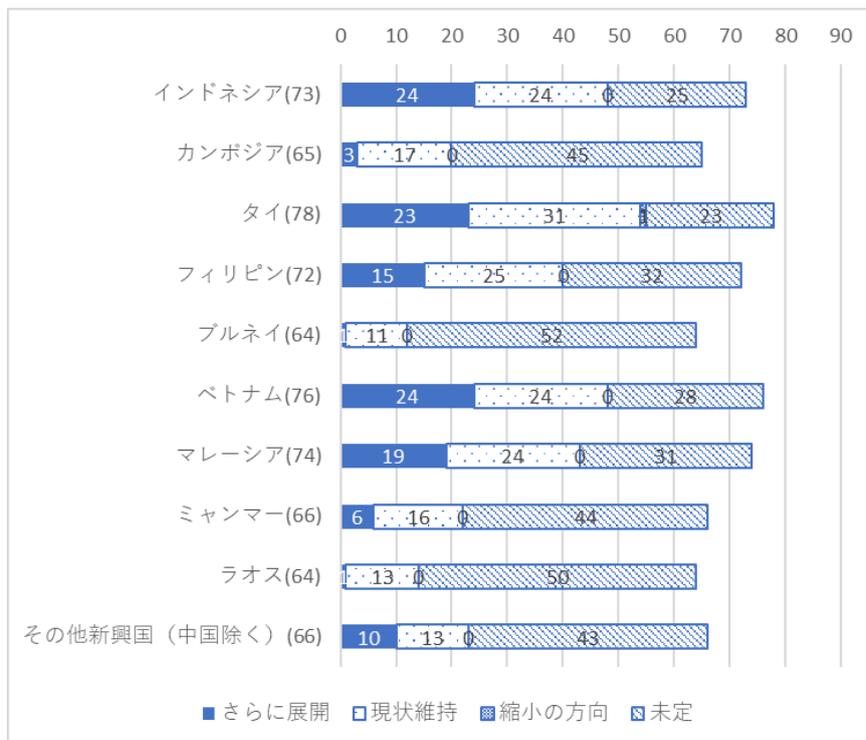
同様に、進出企業が多い国ほど、今後さらに事業を展開していく意向を示している企業の割合も多い。

図2 新興国への進出状況【アンケート設問8集計】



(グラフ内各項目の ( ) 内の数字は有効回答数を示す)

図3 新興国における今後の事業展開の見通し【アンケート設問9集計】



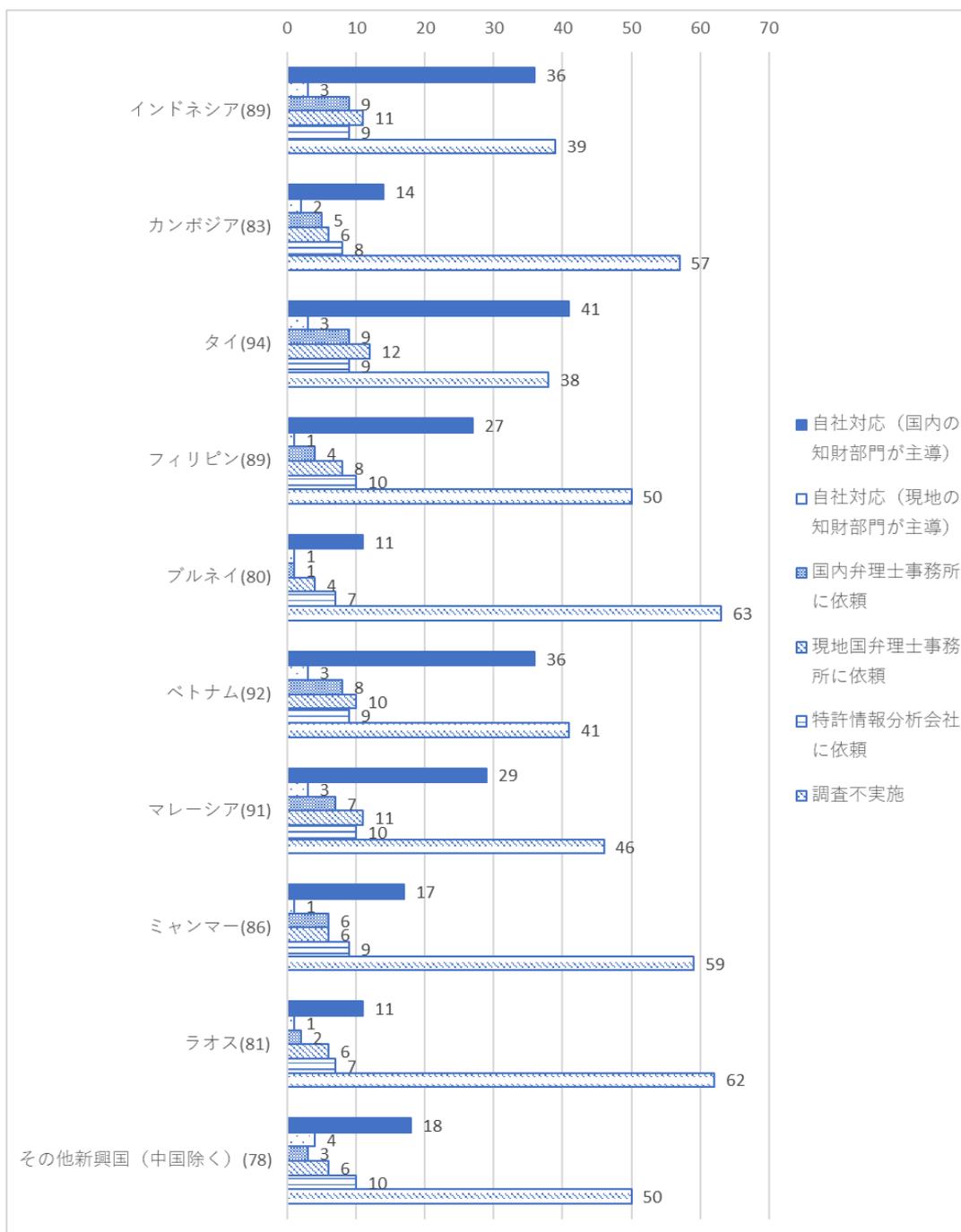
(グラフ内各項目の ( ) 内の数字は有効回答数を示す)

### (3) 知財情報調査の実施体制等

設問 10 の集計結果から、国ごとに多少のばらつきはあるが、約半数～7 割以上の企業が、新興国における知財情報調査を実施していないと回答している。

また、新興国における知財情報調査を行っている企業の多くは、自社の国内知財部門で対応していると考えられる。

図 4 新興国知財情報の調査体制【アンケート設問 10 集計】



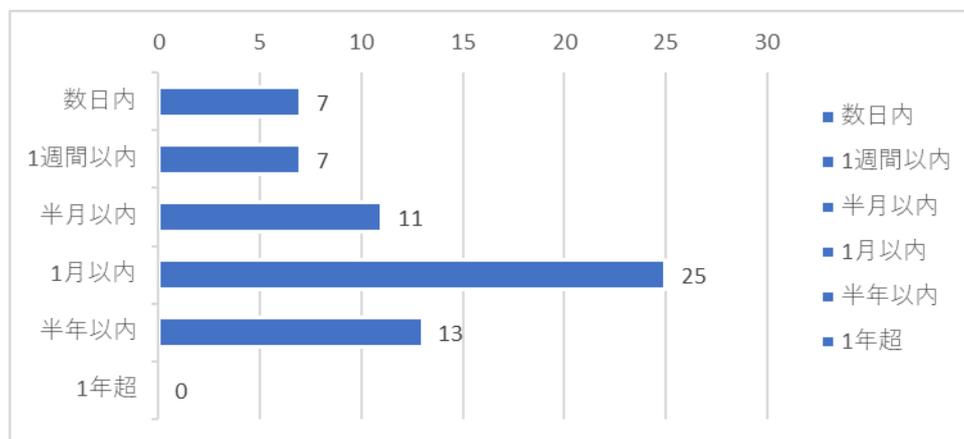
(グラフ内各項目の ( ) 内の数字は有効回答数を示す)

設問 12 の集計結果としては、新興国知財情報を用いた調査・分析に要する期間としては、「1月以内」の回答数が 25 で最も多く、次いで「半年以内」の回答数は 13 であった。

また、設問 13 の集計結果より、新興国知財情報を用いた調査・分析における調査体制の課題としては、「外注によるコスト増、納期」及び「内製時の精度、工数等」がそれぞれ半数近くを占めており、コスト面、工数面のいずれにしても新興国における知財情報調査を負担と感じている回答者が多いと考えられる。

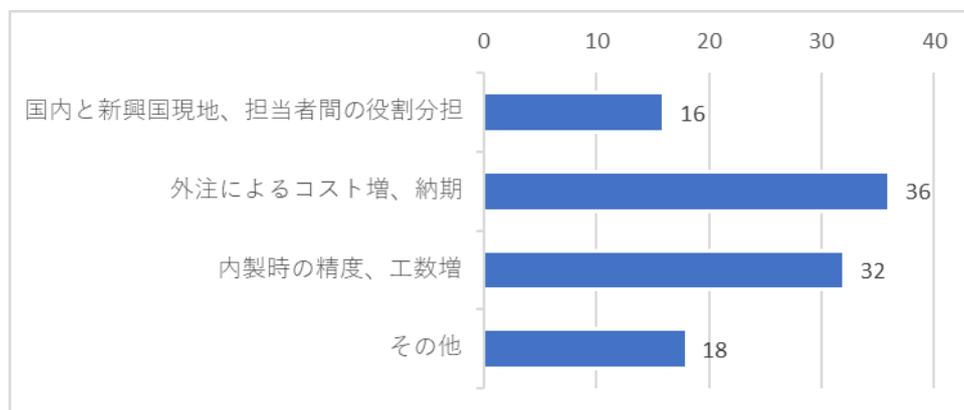
なお、本設問における他のコメントとして、「1 事務所への依存により、また人材不足により、分析結果の妥当性や客観性の判断が困難」等が挙げられていた。

図 5 新興国知財情報調査に要する時間【アンケート設問 12 集計】



有効回答数 63 件

図 6 新興国知財情報の調査体制の課題【アンケート設問 13 集計】



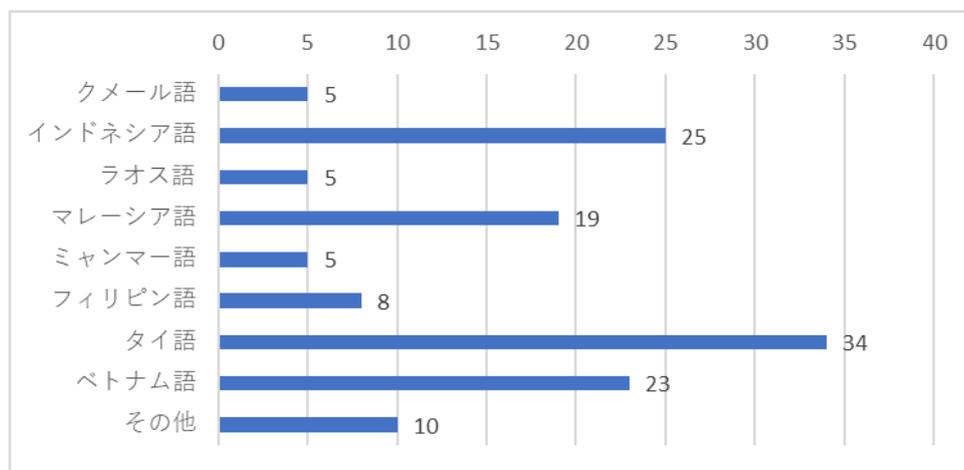
有効回答数 68 件

#### (4) 翻訳について

調査に求められる翻訳対象の言語としては、「(2) 新興国への事業展開状況」の結果を参照すると、進出している企業の多い国、特にタイ、インドネシア、ベトナム、マレーシアの4か国の言語に対する翻訳のニーズが高い。

なお、フィリピンへの進出企業の数に対して、フィリピン語の翻訳ニーズはやや低い傾向にある。

図7 調査に必要な翻訳言語【アンケート設問14集計】



有効回答数 48 件

また、自由記述式で新興国知財情報調査の際の翻訳に関する現状の課題や希望する改善点等についての回答を求めた結果、概ね外注もしくは翻訳ツールを活用している上で、翻訳の正確さへの不安を抱えている様子が窺えた。

以下に、代表的なコメント、特徴的なコメント等の一部抜粋する。

##### <設問15回答内容一部抜粋>

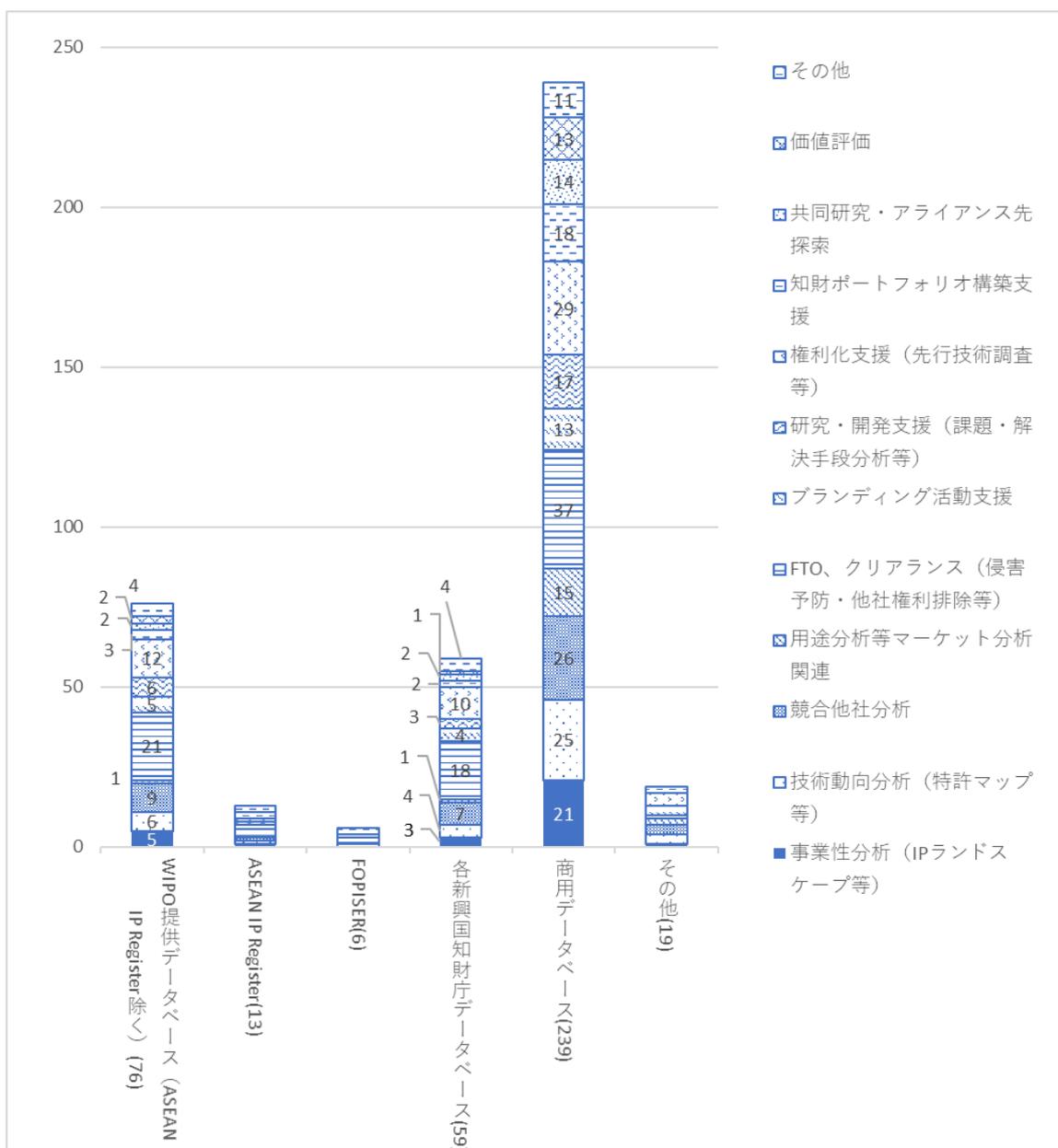
- ・ 現地語がわからないので、翻訳の正確性は検証できない。翻訳文を信頼するしかない。
- ・ AI機械翻訳を使用する場合、その精度がどの程度かの検証が難しい。
- ・ キーワード検索において、英語で実施した際に、訳語が異なっていることによる検索漏れが心配である。
- ・ データベース上でクレームのデジタルテキストが入手できない場合あり、そのままでは機械翻訳できない場合がある。
- ・ 英語でやり取り可能な現地国事務所を使うので翻訳は現地国事務所任せである。英語への翻訳精度の検証ができないので、困りごとを抽出するレベ

ルに至っていない。

### (5) 知財情報データベースについて

設問 16 の集計結果から、新興国における知財情報調査においては、調査の目的に関わらず、商用データベースが用いられている割合が極めて多い。

図 8 データベース別調査目的【アンケート設問 16 集計：データベース別】

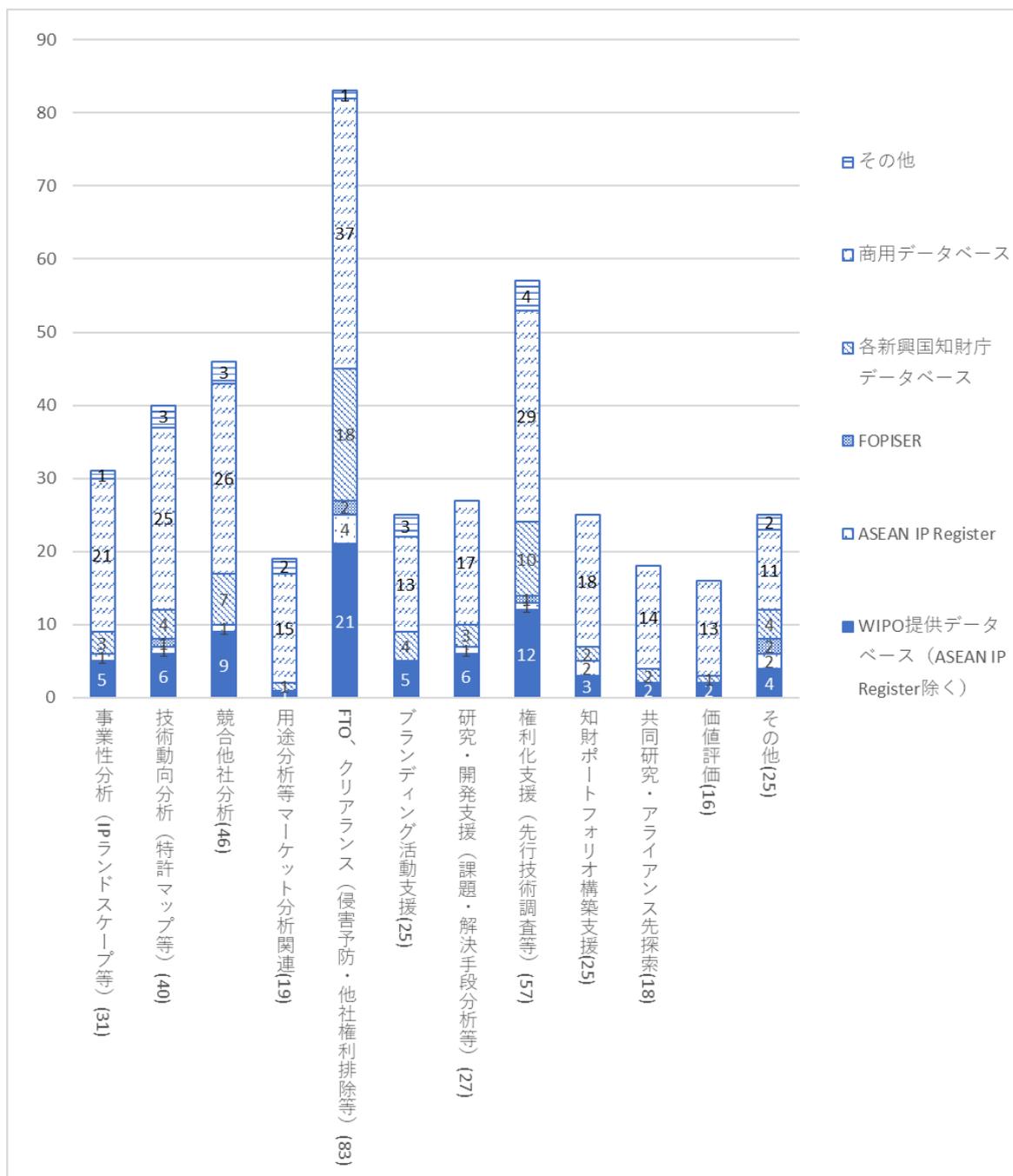


(グラフ内各項目の ( ) 内の数字は有効回答数を示す)

また、設問 16 を利用目的を軸として集計すると、「FTO、クリアランス (侵害

予防・他社権利排除等)」の目的におけるデータベース利用が飛びぬけて多い。  
 また、「FTO、クリアランス（侵害予防・他社権利排除等）」の目的においては、  
 「各新興国知財庁データベース」の利用割合がやや高い様子が窺える。

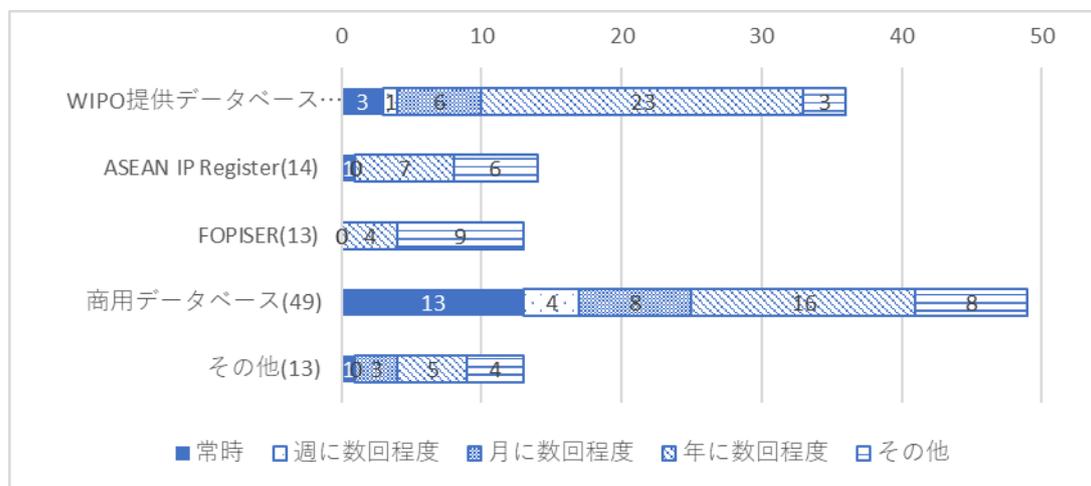
図 9 調査目的別利用データベース【アンケート設問 16 集計：目的別】



(グラフ内各項目の ( ) 内の数字は有効回答数を示す)

設問 17 からは、データベースの種類に関わらず、新興国知財情報調査全般的に利用頻度はあまり高くない様子が窺える。

図 10 新興国知財調査におけるデータベース利用頻度【アンケート設問 17 集計】



(グラフ内各項目の ( ) 内の数字は有効回答数を示す)

また、設問 18 により、「商用データベース」及び「その他」に該当する具体的なデータベース名称を回答の多い順に挙げると以下のとおりとなる。

表 3 使用しているデータベース名称【アンケート設問 18 抜粋】

| データベース名称   | 回答件数 |
|--|------|
| Orbit Intelligence   | 10 件 |
| Derwent Innovation   | 9 件  |
| PatSnap  | 7 件  |
| Patbase  | 6 件  |
| Shareresearch、STN、SAEGIS   | 4 件  |
| BizCruncher、Brand Mark Search、Patentfield  | 2 件  |
| JP-NET、Ultra Patent、TM go365、asean tm view、Designscope、NewCSS、TMsonar、Thomson Innovation、Markify、SRPartner、Hypat-i2、Japio GPG/FX、Cortellis | 1 件  |

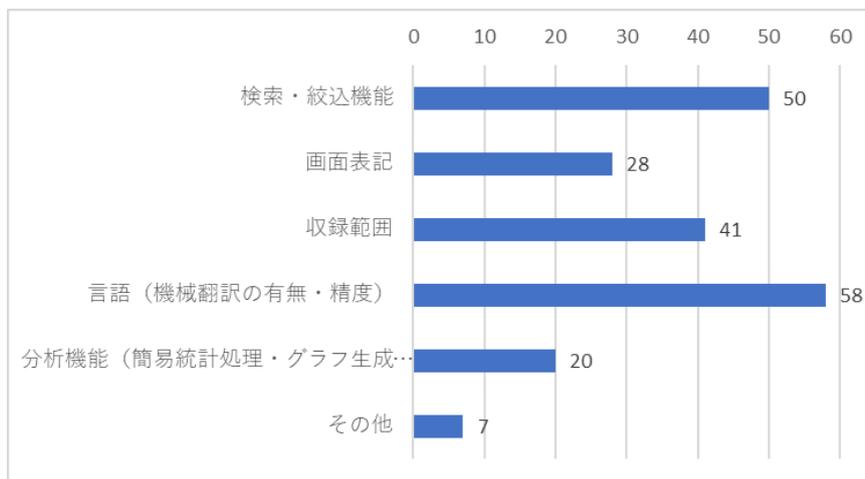
設問 19 及び 20 においては、新興国知財情報調査のためのデータベースで重要な機能や要素と、改善の望まれる機能や要素について確認している。

設問 19 において、重要な機能として「検索・絞込機能」の回答件数は 50 で 2 番目に多いにもかかわらず、設問 20 においては、改善が望まれる機能や要素と

して「検索・絞込機能」と回答したのはその約半数の23であった。

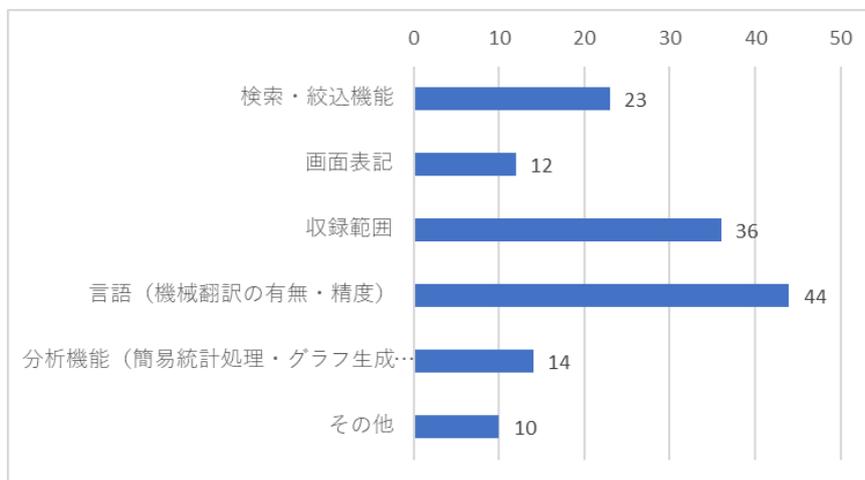
対して、「収録範囲」や「言語（機械翻訳の有無・精度）」の2項目に関しては、どちらの設問においても同程度の回答件数があることから、企業としてはこの2項目に現状課題を感じていると考えられる。

図 11 データベースで重要な機能・要素【アンケート設問 19 集計】



有効回答数 70 件

図 12 データベースに改善を望む機能・要素【アンケート設問 20 集計】

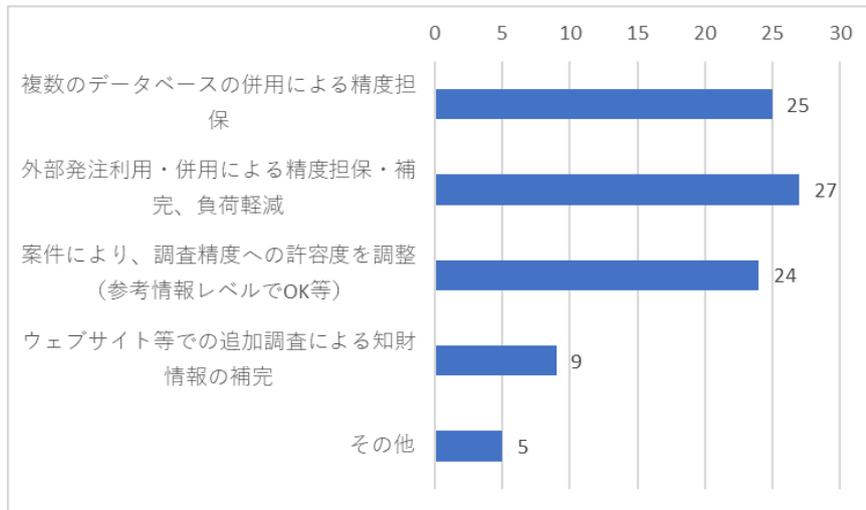


有効回答数 64 件

調査の実効性を高める工夫としては、「外部発注利用・併用」の回答数が27と最も多く、次いで「複数のデータベースの併用」の回答数が25であった。

なお、「案件により、調査精度への許容度を調整」の回答数も24と高く、結果的に新興国の知財情報調査にあまり重きを置かない対応を取る企業も多いことが窺える。

図 13 調査の実効性を高める工夫【アンケート設問 21 集計】



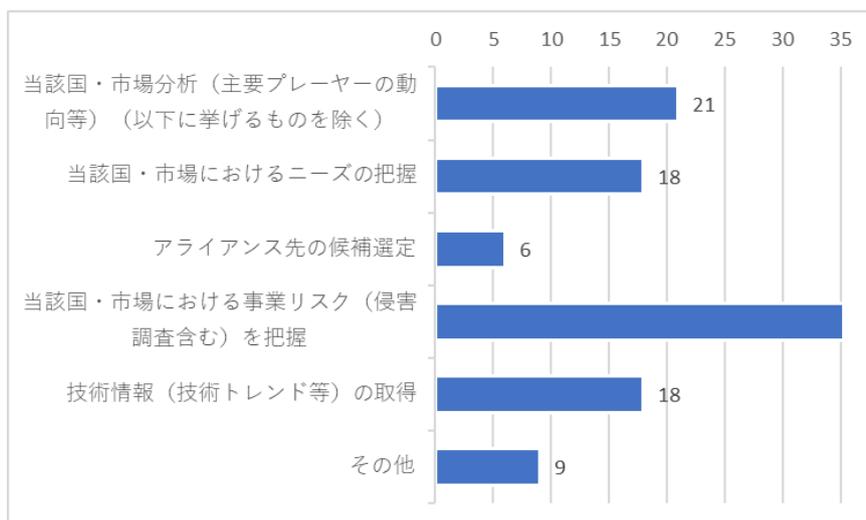
有効回答数 49 件

### （6）調査結果の活用等について

経営層等における活用目的として「当該国・市場における事業リスクを把握」の回答数が 35 と最も多い。

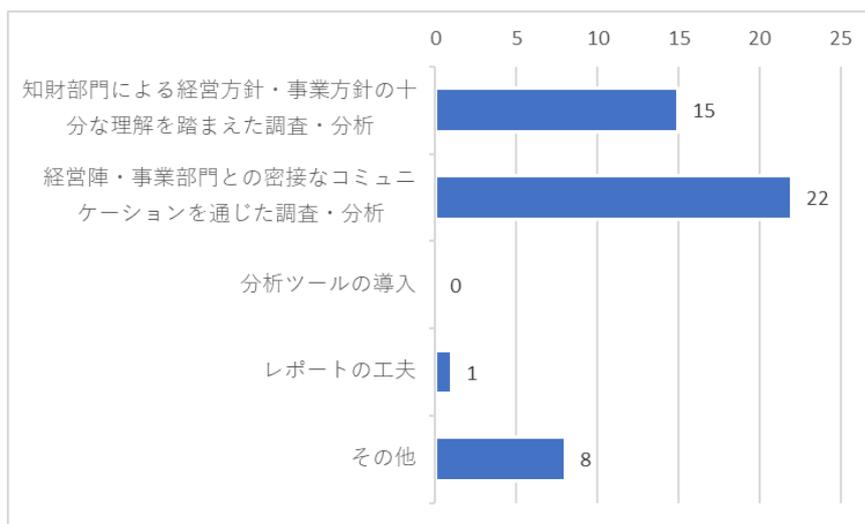
また、調査結果が実際に活用されるためには、アウトプットの形式等よりも、知財部門側と経営陣・事業部門側の相互理解に基づく調査を行うことが重要であることが窺える。

図 14 経営層や提供先部署での活用方法の想定【アンケート設問 24 集計】



有効回答数 57 件

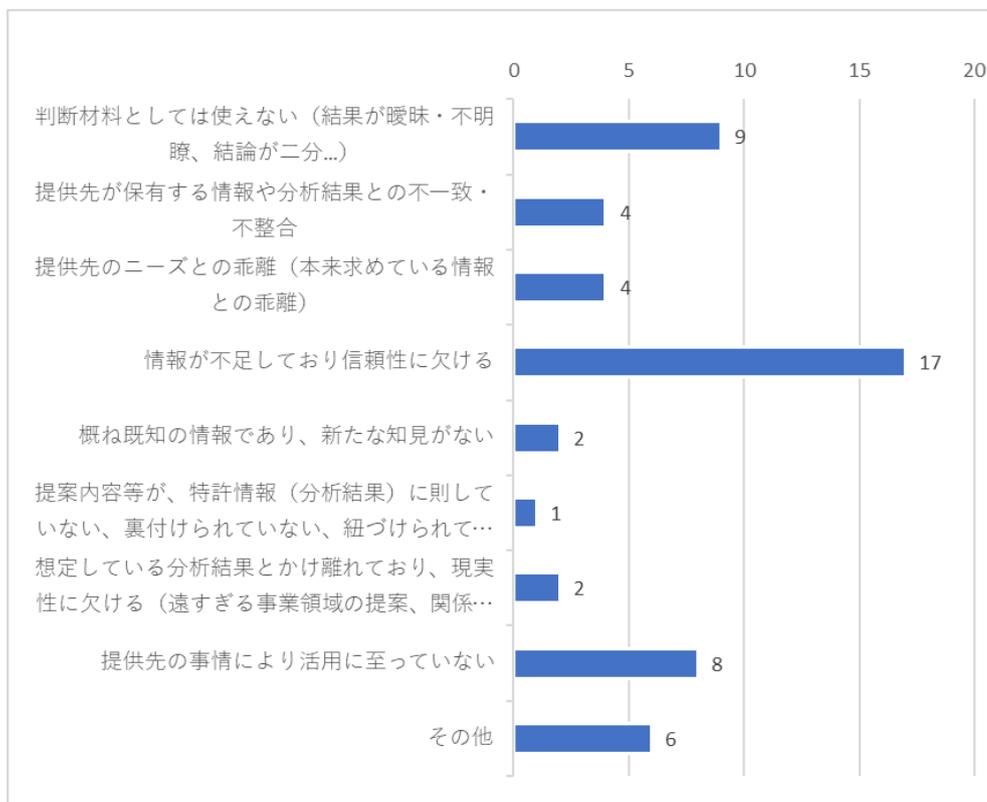
図 15 実際に情報活用された際の工夫【アンケート設問 25 集計】



有効回答数 46 件

対して、新興国知財情報が上手く活用できない理由については、調査結果の精度や信頼性、整合性等の面から活用できないとの回答傾向が見られる。

図 16 新興国知財情報が活用できない理由【アンケート設問 28 集計】



有効回答数 67 件

また、その他の項目としては、現状必要性を感じていないという動機面での回答が主な内容となっている。具体的なコメントは以下のとおり。

- ・ いまのところ必要性がない。
- ・ 調査費用、工数との見合いで新興国についての調査が必要だという判断にまで至っていない。
- ・ 市場ボリュームや知財活用のしやすさなどの観点から十分な費用対効果が期待できない。

## (7) 要望等

『特許庁もしくは各国知財庁への期待・要望等』についての回答としては、主に新興国知財庁に対してデータベースにおける現地出願情報の網羅性と正確性を求めるコメントや、新興国知財庁もしくは日本特許庁に対して、現地語の翻訳機能の充実や精度を求めるコメントが主だった内容であった。

具体的なコメントの例は以下のとおり。

- ・ 自国の知財情報の速やかな情報提供と、そのためのインフラ整備（商用データベースへの提供を含む）。
- ・ 漏れなくデータをご提供頂くことと、データの信頼性の向上を期待・要望したい。
- ・ 英語で検索キーワードを入力した場合、翻訳の精度が気にかかる。目的の公報がヒットしない場合は、漏れがないか否か心配になる。
- ・ 言語選択（現地語⇄英語）を設けてもらいたい。

『新興国知財情報全般について、ご意見、ご要望、お気づきの点』に対する回答としては、概ね自社内で十分に新興国知財情報を活用しきれていない状況に対し、情報提供や情報整備を希望するコメントが主だった内容となっている。

具体的なコメントの例は以下のとおり。

- ・ 新興国の知財情報分析ニーズは高まっているが、妥当性/信頼性の面から活用しきれていないのが現状である。良例の展開等も含め、先進国とは異なるデータ利活用の方法があれば共有いただけると助かる。
- ・ 主要な国に出願されておらず、新興国（中国を除く）のみに出願されているものは少なく、知財リスクは大きくないと考えるが、そもそもの情報が、商

用データベースに十分に提供されておらず、リスクが見積もりにくいだけと  
考えている。商用データベースにデータが安定的に供給されるように働きか  
けてほしい。

- インドを含め、新興国の情報が総じて少なく限られており、知財対応の判  
断材料が限られてしまっていて判断の信頼性を確保しづらいことに困って  
いる。
- 新興国での知財関係の法体制・司法体制の整い具合や実際の特許権、意匠権、  
商標権等分けた場合の訴訟状況（頻度・規模感）等がわかると助かる。

## IV. ヒアリング調査

### 1. 調査目的

アンケート回答の内容をさらに詳細に把握することを目的としつつ、それぞれの新興国等にて事業を行う、あるいは事業展開を進める企業等の立場から見た、現状の新興国等に関する知財情報活用の課題や問題点、知財情報活用の取組状況、今後、知財情報を活用する上で期待することなどに重点を置いてヒアリングを実施した。

### 2. 調査方法

#### (1) 調査対象

ヒアリング調査は、アンケート調査、公開情報調査から得られた情報を基にヒアリング候補企業を絞り込み、20社に対してヒアリングを実施した。

<選定の際の留意点>

主に以下の3観点から、特徴等を調査し、選定した。

表4 ヒアリング候補の選定観点

| 観点  | 着目した記載等                           |
|-----|-----------------------------------|
| 拠点面 | 新興国、とりわけASEAN各国における製造販売拠点等、事業展開状況 |
| 事業面 | 事業展開上の同社の取組み・現地拠点との連携等            |
| 知財面 | 各部署との連携、ポートフォリオ構築等、特徴的な知財活動       |

<ヒアリングを実施企業一覧（20社）>

- ・ 旭化成株式会社
- ・ 旭精工株式会社
- ・ 味の素株式会社
- ・ Global Mobility Service 株式会社

- ・ 株式会社弘輝
- ・ シスメックス株式会社
- ・ 株式会社資生堂
- ・ 株式会社ニトリホールディングス
- ・ 日本ゼオン株式会社
- ・ 株式会社バンダイ
- ・ Fovea IP Japan 株式会社
- ・ 本田技研工業株式会社
- ・ 前澤工業株式会社
- ・ 株式会社松永製作所
- ・ 三井物産株式会社
- ・ 三菱電機株式会社
- ・ Meiji Seika ファルマ株式会社
- ・ ヤマハ発動機株式会社
- ・ ユニ・チャーム株式会社
- ・ ヨネックス株式会社

## (2) 調査項目

以下に主なヒアリング項目を示す。実施のヒアリングにおいては、企業ごとに手掛ける業務の違いが大きいため、ヒアリング対象企業ごとに調査項目をカスタマイズしてヒアリング調査を実施した。

表 5 主なヒアリング項目例

| No | 質問項目例  |
|----|--|
| 1  | 新興国（現地）の知財情報をどのような手段・ルート等で取得していますか   |
| 2  | 取得した新興国（現地）の知財情報は、主にどのような調査目的・調査内容に活用されていますか   |
| 3  | 新興国と国内・先進国等と比較し、調査目的や調査内容に差異・相違点等がありますか。相違点は、貴社の各国・地域での事業展開の注力度の差異等と関連性があると思われませんか       |
| 4  | 新興国の知財情報の品質等は、貴社の要求水準をどの程度満たしていますか。新興国により違いはありますか  |
| 5  | 新興国の知財情報に基づく調査結果は、調査ニーズを満たすことができますか  |
| 6  | 新興国における、経営判断や事業展開に資する、より高度/より深い調査・分析を行いたいというニーズ（潜在・顕在問わず）はありますか                          |
| 7  | 上記ニーズに基づく調査を実施するにあたり、ボトルネック・課題等がありますか。あるとしたら、具体的にはどのような点でしょうか（言語面等）                      |
| 8  | 上記ボトルネック・課題等のうち、新興国知財情報そのもの、もしくは当該新興国知財情報を取り入れたデータベースに起因するものはありますか。ある場合、具体的にはどのような点でしょうか |
| 9  | 上記ボトルネック・課題等に対する対処案等がありますか   |
| 10 | 上記ボトルネック・課題等が解消されることにより、例えばどのような調査・分析が実現できそうですか  |
| 11 | 上記障害・課題等が解消されることにより、新興国の知財情報に基づく調査活動においた、どのような変化が期待されますか                                 |
| 12 | 上記要因に対する、当該国知財庁・あるいは特許庁に対する要望等がありますか   |

### (3) ヒアリング企業情報の事前調査

ヒアリング企業の以下項目について、各社ウェブサイト等を基に情報の収集・整理を行った上で、ヒアリング調査を実施した。

表6 ヒアリング企業調査項目・収集情報例

| 項目           | 収集情報例                           |
|--------------|---------------------------------|
| 基本情報         | 創業、グループ会社、資本金、連結売上高、従業員数、事業概要 等 |
| ASEAN 地域進出状況 | 進出時期、拠点数 等                      |
| 権利取得状況       | ASEAN 各国における特許、意匠、商標等の権利取得件数 等  |
| 知財部門         | 社内での位置づけ、組織構成、海外対応 等            |

### 3. 調査結果

ヒアリング調査の結果得られた、計 20 社からの回答を収集・整理し、以下に示す観点ごとにとりまとめた。

表7 ヒアリング調査 取りまとめ観点

| (1) 新興国等における知財情報活用の現状 |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 観点 i                  | 新興国市場と知財             |
| 観点 ii                 | 新興国における知財情報活用        |
| 観点 iii                | 新興国知財調査の限界と割り切り      |
| 観点 iv                 | 知財情報活用の社内浸透          |
| 観点 v                  | 商標の活用・調査             |
| 観点 vi                 | アライアンス               |
| 観点 vii                | 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用 |
| (2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題 |                      |
| 観点 i                  | 現在の知財情報活用の進展         |
| 観点 ii                 | 新たな知財情報活用の取組み        |

観点ごとの調査結果は以下のとおり。

## (1) 新興国等における知財情報活用の現状

今回のヒアリング調査から見えてきた現状として、多くの企業から、成長市場として ASEAN 等の新興国を重視しているとの指摘があった。一方、知財面に関しては、日本企業が新興国現地での開発等を行わず、日本から完成品を輸出するビジネスを展開していたり、主要な市場、例えば日米中欧で販売実績があるような製品を新興国に輸出・販売するような場合では、新興国での知財リスクは低いとみなす日本企業もあり、日本企業の、新興国での積極的な知財活動には必ずしも繋がっていないと思われる。

また、多くの企業から、現地には競合企業がおらず、主たる競合と言える、ワールドワイドに活動している企業に対する知財情報調査を実施している、との指摘もあった。

### (i) 新興国市場と知財

- ・ 成長市場としては重視されているのに比し、知財面では、必ずしも積極的な知財活動が展開されているわけではない。〔化学・機械・サービス産業〕
- ・ 成長市場として重視されている。〔電気〕
- ・ 製品のローカライズ等、現地開発等を行わず、日本国内の完成品を新興国に輸出する形でのビジネス展開が多い。〔化学〕
- ・ 新興国市場における競合他社は、現地のローカル企業ではなく、ワールドワイドに活動する先進国企業等がメインである。〔化学〕
- ・ 日米等主要な市場で販売実績のある製品であれば、新興国市場に展開するにしても、同市場における知財リスクは低いと考えている。〔化学・機械〕
- ・ 国内と新興国で必要な情報に大きな違いはないと考えている。また、新興国においては、国内程、販売シェアがなく、模倣品が出てくるのはある程度販売してからとなる。販売してから模倣品の調査が必要となってくるという点は異なるかもしれない。〔機械〕
- ・ 現地法人からは、知財権の行使に関する行政側の対応が不十分であったり、現地企業に知財を尊重する意識が希薄であったりという実情があり、これまでのように積極的に出願等に費用をかけていくことは難しいと感じている。〔電気〕

- 東南アジアでは、商標の件数は事業規模に比して相対的に多い。ただし、国数が多いことが理由でもあり、同地域で特別に知財活動に注力しているというわけではない。東南アジアには製造拠点が複数あるため、その観点で知財保護を検討することもある。〔日用品〕
- 知財が一つのピースとして重要、というケースはよくある。また、今まで知財に重きを置かれていなかった業界でも、知財に目を向け始めているケースもある。〔サービス産業〕
- 特許に関しても同様の考え方だが、日本、中国、米国、欧州ではきちんと出願していこうという姿勢の反面、費用対効果の視点も加味している。技術領域によっては、東南アジアでは技術レベルに差異があり、また権利行使する場面も限られている。現地での特許、技術視点でのパトロールについても効果に限界があり、費用対効果を見極めて出願をしている。〔化学〕
- 権利譲渡をする場合は、現地知財情報に気を付けなければならない。権利移転の情報更新がしっかりと対応されているかを確認している。〔化学〕
- 国による出願件数の違いは、その国の司法制度が機能しているかどうかによる。どこで権利行使するかで出願国を厳選し、出願を絞っている。権利行使に難しさを感じているが、製造国だから牽制の意味である程度出願している国もある。〔化学〕
- 競合の日本企業が国内には出願せず、新興国等の特定の国にだけ出願している、といった可能性は低く、通常の新興国等の調査で見つからなければ、東南アジアでも出願人検索程度で、それらしい時期のそれらしい出願人の有無さえ把握できれば、その程度で充分でもある。〔化学〕
- 市場以外に、知財上どの国に着目するか、重視するかの判断は、各国の知財法の整備状況や活用のしやすさを考慮し、コンペティターの事業特性から見極めをしながら決めていくことになる（例えば、競合企業との戦いにおける知財上の重要国の判断等）。知財のソースをどのように投入したら効果があるかを見ている。〔機械〕
- 知財調査は国によって差異を設けているわけではなく、いずれの国でも、マクロ調査から入りミクロの調査に進む。〔電気〕
- 知財に関しては、事業に対する投資と比べると、限定的な費用となるため、事業進出していない国にもこれまで積極的に出願は進めていた。しかしながら、英語での対応可否といった言語面、審査期間の長さ、現地語への翻訳等の費用負担面、現地企業の知財尊重といった知財権の実効性等において、新興国間において差があり、コストパフォーマンスの点から、知財活動が見合わないと感じる国もある。〔電気〕

- ASEAN 地域はまだ特許訴訟に対応した法整備等もされていないこともあり、現状では、特許出願の必要性がないと感じることもある。但し、新興国の中には市場として大きく、かつ、現地の競合企業がいることから、その対策として出願を行っている。また、同国には、修正実体審査の制度があり、日本の実体審査結果で登録ができる、中間応答も少なく費用がかからないといった点も理由として挙げられる。〔日用品〕
- 中国が減速傾向にある中で、相対的に東南アジアのポジションは上がってくと予想されるので、この地域をしっかりと押さえていくことが、事業戦略上重要と考えている。但し、国によりその重要性には濃淡がある。〔サービス産業〕
- 現地に進出しているワールドワイドな企業、現地のドメスティックな企業、いずれも該当する。重要な市場については、現地のドメスティックな企業も把握するようにしている。〔機械〕
- 新興国における知財活動は、FTO 対策がメイン。ワールドワイドデータベースで競合他社の出願状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報の調査にあたる。〔日用品〕
- 現地特有のニーズはあると思うが、新興国ではローカル企業による自国での特許出願が少ない場合もあり、特許情報からニーズを把握することが難しいケースもある。〔日用品〕
- 新興国・先進国を問わず、より高度・より深い調査・分析を実施するには、知財情報だけでは限界があり、市場情報との組み合わせで初めて実現する。しかしながら、新興国に関する情報、例えば文化、制度、法規制等を正確かつ容易に把握することは、先進国の情報と比べて難しい傾向がある。〔電気〕
- 成長市場としては注視している。知財面では、市場規模、技術、競合状況などを鑑み必ずしも最優先の知財活動が展開されているわけではない。〔化学〕
- ハラル、ヨーロッパのサステナブル、アメリカのクリーン（シンプルなモノづくり）といった、特徴的なマーケットに対して、マーケットに基づいて（顧客志向に基づいて）IPL 的調査を行う。調査全体の中では割合は限定的である。〔化学〕
- ASEAN 地域に関しては環境、衛生、水汚染が問題であり、社会的課題の解決も盛り込みつつ、分析、事業展開を図っている。〔化学〕
- 新興国市場に投入する製品は、日本国内で公知となっており、新興国での権利取得は難しい。よって、事業開始時も知財部門で独自に簡易的な調査

を行ったのみである。〔機械〕

- ・ 知財方針としても、同地域における知財権確保やクリアランスも非常に重要な業務として捉えている〔機械〕
- ・ 新興国市場には製造拠点や販売拠点がそれぞれ複数あることもあり、特許・意匠・商標の出願や、これらに関する FTO 調査、産業財産権の分析を実施することがある。〔サービス産業〕
- ・ 最近はやナリスク等の影響で、東南アジアに戻ってくる企業が増えてきていることから、ASEAN は今後力を入れていく地域と捉えている。〔化学〕
- ・ 商標に関しては、販売国ではしっかり取り組む。ブランド価値の維持や偽物対策の側面から海外にも十分重きを置いている。〔化学〕

## (ii) 新興国における知財情報活用

競合企業については、出願動向等、調査するにしてもワールドワイドデータベースで充分と考えられており、ヒアリング調査を実施した上でもアンケート調査結果同様、「FTO 対策調査」がメインの企業が大半を占めていた。

- ・ ワールドワイドに活動する先進国企業等の出願動向は、ワールドワイドデータベースの調査で把握可能である。東南アジア諸国での動向もファミリー情報で取得可能なケースが多い。〔化学〕
- ・ 新興国における知財活動は、FTO 対策がメインである。FTO 調査では、ワールドワイドデータベースで競合他社の状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報にあたる。〔化学・機械・サービス産業〕
- ・ 調査目的として、メインは権利化と FTO が多い。FTO 等のミクロ分析が主体で、新興国を対象とした動向分析や IPL 等のマクロ分析は一部の分野に限られている。〔化学〕
- ・ FTO 等のミクロ分析が主体で、新興国を対象とした動向分析や IPL 等のマクロ分析は不実施・未実施である。〔機械〕
- ・ FTO 以外の目的で、新興国の特許情報を敢えて深掘りすることはない。一般的なワールドワイドデータベースにより新興国も含めて調査している。費用対効果から言っても、積極的に新興国の知財情報を個別に調査する必要は低いと考えている。〔化学〕
- ・ 調査する前の段階で、当該地域での知財リスクを気にしなければならない

状況に置かれていない限り、現地知財情報の精査までは行わない。この業界で、東南アジア等固有の地域に集中して出願を行う競合他社はいないため、ワールドワイドデータベースの調査結果の範囲内で、対応を決めている。〔機械〕

- ・ 東南アジア地域を対象とした特許情報の調査を行う場合は、FTO を目的とした調査が中心となるが、あまり力をかけてはいない。東南アジア地域のみでマクロ調査を行う程のボリューム感は無く、何らかの動向調査を行う場合、対象技術の各国文献を個別に読んでも処理できるのではないかと感じている。仮にマクロ調査を行うのであれば、ワールドワイドな競合企業の対象新興国への進出度合いを把握するような場合ぐらいではないか。〔化学〕
- ・ そもそも新興国においては産業財産権の国内出願件数が比較的少なく、また、当社の取り扱い商品自体もあまり複雑な構造ではないため、重要な商品を除いて FTO 調査はあまり実施しないし、出願前調査も実施しない。また、グローバル環境においての主な競合先は日米欧のグローバル企業と捉えており、新興国のローカルな企業も事業上競合していて動向を把握する対象にはなるが、個別具体的にこれらの会社まで調査対象としてカバーするかどうか、費用対効果の兼ね合いもある。〔サービス産業〕
- ・ FTO 調査をメインに調査をしている。〔日用品〕
- ・ 競合する企業はある程度具体的に特定できており、競合企業の出願先国が東南アジアに限定されることは考えにくく、他の国へのファミリー出願の存在が推測できるので、ワールドワイドの調査で担保できると考えている。東南アジアの知財調査に関しては、現時点ではこのレベルで割り切っており、これ以上調査の精度を上げる必要性については、今のところ考えていない。〔化学〕
- ・ 日米欧中で既に販売しているものを展開することが多く、これまで何年も日米欧中の市場で販売できていた商品を、よりリスクの低い東南アジア市場に展開する際に、改めて調査の必要性が感じられない。FTO 調査も深堀はせず、調査自体を省略することもある。〔化学〕
- ・ グローバルデータベース調査を実施し、リスクとなる知財を発見しても、ASEAN 諸国にファミリーを有するケースはほぼない。このように、ASEAN 諸国での知財リスクは低く、費用対効果（同地域での知財の実効性）を考えると出願するメリットがない。〔機械〕
- ・ 意匠出願に関しては、ASEAN の国は多くがハーグ協定に加盟しておらず、したがって出願に手間がかかってしまっている。また、各国ごとに細かい

ルール（斜視図の要否、点線の取扱い、等様々）が存在するため、出願した方がいいがローカルルールを理由に拒絶され、出願費用が嵩むといったことがある。実務的に、各国制度の共有点と相違点が整理されている資料があると非常に有難い。〔サービス産業〕

- ・ マクロ・ミクロ両分析により、競合他社動向を分析している。〔機械〕
- ・ 個別の製品を各国市場に投入していくにあたっては、東南アジア含め、知財リスク対応のため、事前の知財調査（主に商標）は行っている。〔日用品〕
- ・ マーケット情報や技術トレンド情報等に関しては、どうしても忖意性が入ってくるが、特許情報は忖意性が排除されており、客観的な情報と見ることができるので、両者を活用し、事業家の視点と、知財情報から提供する視点、双方の視点を持つことにより、投資において有用な判断がなされる、ということはよく言われる。〔サービス産業〕
- ・ 新興国の中には、知財情報がデジタル化、アーカイブ化されていない国もある。〔電気〕
- ・ 知財情報の分析・活用は、新興国では個別リスク調査・権利化・オンライン模倣品対策が主となっている。トレンドの変化が激しい事業特性上、知財情報の分析から事業の方向性を導くよりは、流行を素早くキャッチして、できるだけ早く経営判断を行ったり、商品・サービスに反映していくことに、経営層も軸足を置いている。〔日用品〕
- ・ 新興国地域は、出願や権利化を進めることがどれだけ有効なのかを十分に検討した上で、その知財戦略を定めていく方向にシフトすべきだと考えている。〔日用品〕
- ・ 新興国を対象とした調査では、競合が各国でファミリー出願しているかどうかを確認する程度である。今後、新興国各国のローカル企業が台頭し、訴訟できるレベルにまでなることがあれば、対応も必要となるだろう。〔日用品〕
- ・ ニーズ把握・探索を目的とした知財情報による調査は行っていないが、想定されるニーズに対し、他社がどのような特許を出願しているか、といった調査は行う。〔機械〕
- ・ ファミリー情報だけの検索では不十分と感じている。動向調査等では構わないが、FTO 調査等になると十分とは言えない。様々な商用 DB も探してみたが、新興国の知財情報に関しては、どの DB も印象は同じである。〔機械〕
- ・ 新興国だから特にとという事はなく、世界中満遍なく知財情報の活用は行っている。国によって規制、補助金制度や、ユーザーニーズも異なることか

- ら、その国のニーズに基づいた新たな気付きや仮説の裏付けの提供や、次の行動や注意喚起を促すような調査分析に資するべく、市場情報に加えて知財情報も活用している。〔電気〕
- ・ 特許情報から現地ニーズを探ることはある。各企業が東南アジアに開発拠点を置いている場合、現地で出願されていることがあるため、本国出願からの移行ではなく、現地出願に絞った時にどのような傾向があるか見ることにはある。〔電気〕
  - ・ まずは市場やビジネスモデルについて検討した後に、知財を活用してどのようなエビデンスにできるか、という観点で知財情報を活用している。〔電気〕
  - ・ 新興国でも自国内だけでしかビジネスを行わない、かつ技術力の高い会社があれば、会社単位でウォッチする必要はあり、特定の領域だけをチェックすることにはある。ASEAN 地域の知財活動の取組みについて品質はあげていきたい。〔化学〕
  - ・ 新興国で特許権を取得しても現地語の公報が読めないため、特許権の内容が権利行使できるものかどうかわからない。そのため、新興国地域では、商標権が最も重要であり、次いで意匠権、最後に特許権であると考えている。〔機械〕
  - ・ 各社の課題解決の取組みから開発のヒント等を得るために、情報を活用しているところもある。〔機械〕
  - ・ 意匠権を定期的にウォッチングはしていないが、知財の出願件数が少ない企業で、特許等で情報が取れない場合に、意匠を調査・確認することがある。但し、イレギュラーな取組みである。〔機械〕
  - ・ 消費者保護法等が整備されていない新興国では、事業環境に合わせたローカライズは行っているが、特許権は各国で共通する技術的な要素を権利範囲にするよう取り組んでいる。〔電気〕
  - ・ 特許絡みで販売できないのは困るため、現地の出願情報も必ず調査することにはしている。〔化学〕
  - ・ 業界的に日本のメーカーが強く、ある程度決まった日本メーカーの動向のみウォッチングしていれば、概ね問題ないというのが現状であり、マクロ的な知財情報の活用には至っていない。〔化学〕
  - ・ 新興国における知財活動は、FTO 対策がメイン。FTO 調査では、ワールドワイドデータベースで競合他社の状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報にあたる。〔サービス産業〕
  - ・ 基本的には市場調査から入って、販売量の多い製品を特定してその製造会

社等をキーワードとして調べるなど、絞って調べる流れとなる。〔機械〕

- ・商標は、特許よりもはるかに多くの国に出願されており、かつ、登録期間も特許より長い権利でもあるため、会社名等の重要な商標の場合、何十年も前に世界各国に出願していることがある。その当時の出願担当者や出願の代理人等が既におらず、記録等も残っていない場合があり、必要な国に漏れなく出願されているのか、必要なニースクラスを全て指定できているのか、登録国漏れ・指定クラス漏れがあったときに、出願当時どのような理由でその国・クラスに出願しなかったのか、あるいは出願したが登録できなかったのか、といった点を正確に把握できておらず、その見直し（棚卸し）手段として商用 DB が利用されている。特に新興国の情報に絞って調査したいということではなく、新興国も含めてグローバルに情報を入手したいという要望が中心となる。〔電気〕

### （iii）新興国知財調査の限界と割り切り

新興国の知財調査をする上で、多くの企業が「検索をするにしても収録範囲が未収録のものも多く、データの品質、検索機能の不足等、データの不備が散見される」ことで調査の割り切りがあることがあり、現地知財庁のデータベースについても信頼性が乏しい、現地語と英語のサイトでも収録内容や検索に差がある等、現状の知財調査に限界があると感じている企業が多くあった。

- ・ 検索データベース等手持ちのリソースでは、収録範囲やデータの品質等の面で、調査の限界が存在する。〔化学〕
- ・ 調査に限界があることを前提として、調査を実施。複数のデータベースの併用も、調査精度向上のための選択肢の一つである。〔化学・機械・電気・日用品〕
- ・ 調査には終わりがないため、調査の内容や費やした時間などから調査結果を信頼して、調査の深堀度合いについては、開発のスケジュール等の時間で区切っている。〔化学〕
- ・ 情報の信頼性に関しては、取得できた情報の中で、割り切って見ていくしかないと考えている。動向分析の中でも、相対的な変化や時間軸での変化等による分析であれば、データ収録率で多少の問題はあっても、ある程度の把握はできる。データベースで対象案件がヒットしないことがあるが、それに気づくことは難しいので、潜在的なリスクが発生してしまっている可能性がある、という認識でいる。〔機械〕

- ・ 東南アジア地域の特許情報については、特定の商用データベースが充実しているという事は分かっているため、複数のツールを併用しつつ、当該商用データベースでこれ以上情報が取れないのであれば仕方がない、という線引きで判断している。また、各海外拠点の担当者が現地語で調査ができるように、駐在員が現地語のツールを使った調査方法の教育を行っている。本社側では、大きな方針を示すための俯瞰レベルの調査分析を行うのみであり、個別の出願や現地での課題調査レベルについては、現地海外拠点で調査を行うこととしている。また、本社側からワールドワイドの商用 DB の利用も提供しており、現地語 DB と併用している。〔電気〕
- ・ 新興国の知財情報を活用する際の課題として、各国知財庁データベースの収録内容は必要な情報が収録されていない。商用データベースで抄録と書誌事項程度しか収録されていないため、各国知財庁データベースを確認すると、そこでも同じ程度の情報しか収録されていない、というケースがある。収録状況がもっと改善されれば、東南アジア地域の知財情報を活用するモチベーションが上がる。なお、意匠権を定期的にウォッチングはしていないが、知財の出願件数が少ない企業で、特許等で情報が取れない場合に、意匠を調査・確認することはある。〔化学〕
- ・ ASEAN 等新興国については、商用 DB に収録された特許の収録状況や正確性について不安がある。現地知財情報に関し不安がある場合は、現地代理人によるマニュアル調査を実施している。〔日用品〕
- ・ まずは各国知財庁や民間 DB での調査を行い、類似性が高い場合のみ、現地代理人に依頼している。本来、国ごとに類否判断があるはずだが、商品点数・サイクルを考えると、全てを厳密に調査してはコスト・時間ともに合わないため、割り切っている。〔日用品〕
- ・ FAX 時代の図形商標等に関しては、コピーやスキャンを何度も繰り返された解像度の低い画像や、斜めになってしまった図形、コピーやスキャン等の際のガラス面の汚れごと登録された図形、スキャンの際のトリミングミスで関係のない文字が図形に入ってしまう、結合商標として登録された権利、縦横比（アスペクト比）がずれて本来より縦長・横長な状態で登録されてしまった図形商標など、色々と問題が発生していることがある。出願人側は、出願書類の控えを当然持っており、現地代理人からもその内容で出願した旨の報告を受け、安心していたが、現地の特許庁で発行された公報では違う形で登録されてしまっていた、というケースが、何十年もたった今になって商用 DB の利用により発覚したケースもある。公報の入手が難しい国ほど、自社の出願とパブリックな登録内容のダブルチェックのニ

ーズがある。〔電気〕

- ・新興国での目指すような知財情報の活用は、情報の精度や整備状況を考えると難しいのが現状である。各国での各プレイヤーの出願動向等といったマクロ分析や、個別の権利範囲といったミクロ分析は可能だが、特許分類による分析等、ミドルレンジの細かさの分析が難しい。必要な特許分類はすべて付与されているのか、付与されている特許分類で正しいのか、そのあたりの整備状況が十分ではないと感じる。〔機械〕
- ・現在は検索 DB も大分整備されてきており、出願前に検討することができるようになった。〔日用品〕
- ・自社案件のステータスについては、各国知財庁 DB で確認をしている。知財庁によっては、DB の収録が遅いので、ステータスの確認までに時間を要する。一方、比較的ヒットすると感じている知財庁もある。〔日用品〕
- ・ワールドワイド調査のみとするか、対応調査も実施をするか、ワールドワイド調査で引っかからなくても更に現地情報を調べるか、といった判断については事業の重要性に応じて、また、技術、プレイヤー情報などを鑑み、現地だけに依頼されていそうか否かを考慮して決定している。〔化学〕
- ・現地知財情報については、対応する英語文献があればそれを確認する。各国で同じクレームとは限らない、等の可能性も考慮して、技術内容によっては、現地語文献の翻訳を行うこともある。〔化学〕
- ・各社ウェブサイト等で新製品情報等は確認しており、関連する知財情報等を取得したいが、製品リリースの直前に出願がなされる傾向等により、取得は困難である。〔機械〕
- ・DB で調査可能な範囲・限界を示し、どうするか（より費用をかけて、各国代理人等に調査依頼をするか否か等）を事業部に投げかけたことはある。状況説明を行い、理解を求めている。〔機械〕
- ・調査に限界があることを前提として、依頼元と認識を共有の上、調査を実施。複数データベースの併用、外部発注等によるフォローの実施も選択肢の一つである。〔電気・機械〕
- ・以前は ASEAN 地域にも販売国として多数の出願をしていた。意匠・商標は模倣品対策のために出願している。見てわかりやすいものは侵害されやすく、本来のお客さまに迷惑をかけることもあり気をつけている。特許に関しては一定のポートフォリオも確立できたものについては、出願を峻別している。最近はお願件数が下がってきている。〔化学〕
- ・英語主体で調査できるものは、国内と同じように対応しているが、現地語が絡む調査に関しては、調査会社等の外注を行うこととなる。その場合、

- 調査会社側の翻訳能力依存になってしまうため、同じ信用度で情報を取扱うのは難しいことがある。〔化学〕
- ・新興国の知財情報調査に関しては、現地特許庁の DB を利用している。基本的に現地にそれだけの技術はないものと考えており、まずはグローバル出願のファミリーとしてあるかを調べ、対応する特許を現地知財庁の DB で調べる。対応する特許がない場合は、現地代理人に調査を依頼する。〔機械〕
  - ・動向調査を東南アジア限定で行うことはない。ワールドワイド調査の延長線で、ビジネスを展開する地域に絞って調査を行うことはあるが、原則として、地域を限定して調査を行うことはない。東南アジア地域で動向分析を行うには、対象となる特許文献等の絶対数が少なく、分析を行うには至らないこともある。〔化学〕
  - ・競合が東南アジアの特定の国にだけ出願している、といった可能性は低く、ワールドワイド調査で見つからなければ、東南アジアでも出願人検索程度で、それらしい時期のそれらしい出願人の有無さえ把握できれば、その程度で充分でもある。〔化学〕
  - ・各国知財庁の DB を使う機会はゼロではない。番号検索はできるので、商用 DB で差分が出た時に、特定文献の有無を確認するために利用する。〔化学〕
  - ・新興国においては知財情報が入手しづらいことから、一つ一つの商品に対してミクロな分析は行えない。競合他社はどの国を注視しているのか、といったマクロな動向分析を行うことはある。〔サービス産業〕
  - ・また、調査に絞っていると、新興国は調査の精度が落ちる。例えば意匠権であれば、日本意匠分類のような詳細な分類付けがされておらず、ロカルノ分類では件数が多くなり過ぎて調べきれない。精度が落ちる要因として、ロカルノ分類の粗さが挙げられる。〔サービス産業〕
  - ・新興国では DB が完備されておらず、言語面での問題もあるため、ほとんど調査を行っていない。自社出願の際、権利化のための調査を行う程度となる。〔電気〕
  - ・FTO 絡みのスクリーニング調査で引っかかった案件は、R&D 部門や知財部門の関係者が集まり、より詳細なレビュー、深掘りを行う。そのための知財情報の活用は行われている。〔機械〕
  - ・社内では、ワールドワイド DB で簡易的に調査している。それ以上の情報は、必要に応じて取引先等を通じて現地代理人にコンタクトを取り、調査依頼をしている。〔化学〕

- ・進出先で知財を取得していないケース等で FTO 調査を実施し、知財の取得を後押しする上で、動向調査も含めて実施することはある。〔サービス産業〕
- ・英語文献であれば特に支障はなく、注目している企業はグローバルメーカーのため、EU 等にも出願しており英語文献が入手できるため困らない。ローカル企業は特にウォッチ対象としていないが、今後ローカル企業が対象となってくれば、現地語の問題も発生してくるかもしれない。〔機械〕

#### (iv) 知財情報活用の社内浸透

コーポレートガバナンスに知財が盛り込まれることとなり、経営層も注視してきてはいるが、社内の浸透までは温度差がある。特に新興国については知財を手薄と考えられている。

- ・知財に対する認識が強いトップも存在する。〔化学・機械・電気・日用品〕
- ・知財部門が他部門とコミュニケーションを通じ、調査の実施・調査結果の活用等、知財情報活動を活性化している。〔化学・日用品〕
- ・事業部門における知財情報の有用性の認識については、国による違いはなく、部門による温度差がある。技術がカギになるような製品・事業部門の方の意識が高い。〔化学〕
- ・R&D に関しては、開発部門にも、もう少し知財情報に興味を持っていただき、他者公報等も読んでもらうことが今後の課題である。新製品の出願相談はあるが、知財情報から何かを生み出すまではしていない。〔日用品〕
- ・知財部門が事業部門等に本製品の情報を取りに行き、商標等の調査を通じ、知財取得のポイント等を提案し、権利化に繋げていく。これにより、製品がヒットした際、事業部において他社による参入抑止に活用できた。〔日用品〕
- ・経営トップは技術畑出身なので、知財についてある程度の知見はあるが、技術者寄りの目線である。経営面でも、新しい研究テーマをどう探してくるか、そこに先行投資していきたい、といった話が出る中で、知財情報を活用できるのではないかと、知財部側から IPL 活動を仕掛けている。経営層全体に、知財の有効性について実感を持ってもらうところまで至るのには、やや、まだ遠い感触がある。〔化学〕
- ・個別の調査依頼の他にも、SDI 的に特定分野に絞った他社の出願動向の情報発信等も行っているが、そうした取り組みは、情報発信を行う人が、これまでその分野で研究をしてきたといったバックボーンがあって初めて可

能となるため、継続的にそうしたチャンネルを開いていくのは難しいと感じている。依頼者側にも、研究分野のバックグラウンドがある人の方が、話が早いなど、相手によるところもある。〔化学〕

- ・ 事業部門に対しては、商標部門からブランド戦略について提案を行っている。ミクロ調査が中心ではあるが、そこから得られた情報とそれに基づくブランド戦略の方向性についての事業部門との意見交換は通常業務として行っており、事業戦略への知財情報の活用は日常的に実施できている。また、企画調査部門からの依頼としては、新規テーマ周辺の先行技術情報の調査や、出資先についての知財回りの調査が主なものとなる。厳密に言えば、新規テーマに関する調査については企画調査部門から直接では無く、研究所経由で依頼を受けることの方が多い。〔化学〕
- ・ 知財担当者が1名でかつ、法務や人事業務も兼任していることから人的リソースが限られているため、開発部門と連携する形で、SDI調査やそれに基づくリスク判断、権利取得の方針検討等を開発部門が独自で取り組める体制となっている。知財部門から情報提供する形でなく、開発部門が自律的に内部で知財情報を活用する社内体制となっている（そのような体制の実現を目指し、取組んできた）。ただし、開発部門としては個別の技術や特許に対する知財情報の活用にフォーカスする傾向が強く、全体の動向把握による情報活用の必要性を認識するまでに至っていない。〔化学〕
- ・ 経営層向けには、マクロ的な統計情報として自社と他社の技術分野別の出願比較等を提示している。事業部門向けには、事業部全体の製品・技術動向や他社の権利取得状況を見せることで、今後の開発指針やライセンスの判断などに役立ててもらっており、研究開発への活用に重点を置いている。また、知的財産担当と密接にかかわりがある開発部門には、関連技術分野の国内外の他社特許公報を毎月回覧している他、開発担当者に対する知財セミナーや競合他社のパテントマップの提供などを行っている。〔機械〕
- ・ メインは研究開発のR&Dになる。今後実施予定の事業に係るリスクや先行する競合等の取組みについて情報提供する。経営戦略・判断、事業戦略に関してはM&Aやデューデリ、FTOの観点等がある。また、経営の意思決定に資する知財活用のケースとしては、次のようなイメージがある。ある事業に関連し、リスクとなる他社知財の存在を発見した。現在の事業の状況・規模に対し、この知財のライセンス費用はこれ位の規模が想定されるが、この段階でリスクヘッジをするか否かを判断する必要がある…。といった具合に、インパクトのある他社知財に対し、事業との関係でどう考えるか、等の議論をすることで、経営の意思決定に繋がってくる。〔機械〕

- ・ 主要国と国内に関しては、SDI の調査結果を毎週、開発部門に提供しており、情報のアップデートをしている。これら情報を見ることが習慣化している人もいれば、時間がある時に見る人もいる。また、ほぼ毎月、開発部門の人達にヒアリングを行い、発明に対する特許可能性等の調査ニーズ収集や、特許になりそうな技術・発明のサゼスションのような取り組みを行っている。これら取り組みの過程で知財情報も活用されている。〔機械〕
- ・ 知財情報活用の3つの方向性、いずれにも対応していきたいが、ウェイトが高いのは「R&D 戦略」である。「経営戦略・判断」「事業戦略」については、提案していくためのルート・手法を開拓中の段階。知財情報は R&D 部門に近い情報であるが、事業・経営部門向けには、知財情報をさらに昇華させ、事業戦略や経営判断に資する情報にしていく必要があり、難易度が高い。以前から R&D 部門とは活用で連携を図っているが、対して、事業・経営部門に関しては、知財情報を活用しての議論等を行っているものの、R&D 部門と比べると、その取り組みの歴史は浅い。〔機械〕
- ・ 「経営戦略・判断」「事業戦略」「R&D 戦略」3方向全てとなっている。「経営戦略・判断」に関しては、経営者に納得してもらえらる競合を分析し、当社の強み、弱みを可視化した上で、当社がどのような分野で、どのようなポジションなのかを伝えられるように努めている。「事業戦略」としては、競合他社の製品情報であり、「R&D 戦略」については、競合他社の具体的な製品の機能について情報提供をしている。〔機械〕
- ・ これまでは知財は事業化後に取り組むものであったが、現在は事業計画段階から、事業形態に応じた標準化知財戦略を立案し、標準化を見据えた規格特許・必然特許、他社牽制特許などを効率よく出願する戦略的な標準化知財活動に取り組んでいる。先を見据えた俯瞰調査等も実施しており、今後このような分野・地域で実施すべき調査テーマ等を提案し、事業部と議論している。〔電気〕
- ・ 知財部門が他部門とのコミュニケーションを通じ、知財情報の調査結果の活用等、知財情報の社内活用の浸透を図っている。〔日用品〕
- ・ キャラクターなどの IP を軸に事業拡大を進めるのがグループの経営方針である。一方、事業そのものの中にも多くの知的財産があるので、それらを上手く発掘・保護して競争力を強化する戦略を提案していくことが、知財部門が持つべき機能、知財部門としての組織のあり方の一つと考えている。〔日用品〕
- ・ 経営層は、創業以来、自社ブランド・自社製品を守ることへの思い入れが強い。特に模倣品対策に強い関心がある。〔日用品〕

- ・技術情報組織の限られた人員で全社対応しているため外注も活用している。現場も必要な調査を行い、明細書も自分で書くようにしているため、技術情報組織では現場向けの社内教育も積極的に行っている。経営層も知財(調査)を重要視する企業風土がある。〔化学〕
- ・今の事業状況や技術状況は経営層ももちろん関心を持っており、説明を頻繁に求められる。経営層の関心は、技術内容そのものというよりはその技術がもたらす顧客価値である。さらには、その先の投資家向けとなる内容になる。近年この IR 視点で編集された内容を求められることも多くなっている。イメージで言うと、この経営者が扱いたい情報は氷山の上部の一部であり、水面下の見えない部分が知財、無形資産となることが多い。この隠れている部分があって初めて氷山の上があり、隠れた部分を現場レベルではしっかり把握し、見える化をさせて経営者に伝える必要がある。〔化学〕
- ・経営層としても特許情報分析の有益性は認識を持っている。どのように未来の経営数字に繋がるものなのかを説明している。ここ 5 年の間に意識変化があり、知財視点でみるとプラス面の変化と考えている。〔化学〕
- ・経営関連の情報が以前より早く取得できるようになり、そこに知財情報を使えないかといった要望がしやすくなる等、より戦略の方に知財部門が入り込めるようになった、という変化は見られる。〔機械〕
- ・各領域の中でも特許が重要な分野であれば、知財部でも知財情報から見て自社の強みを踏まえたテーマ設定による事業方針の提案や今後使われる技術を見据えたテーマへの経営資源の投入の提案などを行っている。〔化学〕
- ・知財部で能動的に動く取り組みとして、IPL に取り組み始めている。コーポレートガバナンスコードの改訂等も IPL に取り組む契機となった。〔サービス産業〕
- ・意匠に関しても特定の物品に対してクリアランス調査は行うが、詳細な分析は行わない。〔サービス産業〕
- ・創業当初より、経営戦略の一環として知財戦略を考えている。業界標準等に関する技術動向と絡めて、自社の知財がどの様に活かせるかといったアドバイスや、今後の技術開発の方向性の提案等も行っている。単なる情報提供ではなく、事業に自社の強みをどう展開したら良いかを提案することを意識している。また、事業部門や研究開発部門に対しては、自社の持つ権利を他者との差別化にどう用いるか、また、他社権利の回避方法等について情報提供を行っている。〔電気〕
- ・コーポレート部門へ知財の重要性をプレゼンすることもあり、そこから経営層への知財の意識を高めることも進めている。〔サービス産業〕

- ・ 特許を強みにし切れてはならず、特許起点・当該特許を活かすという視点から事業を立ち上げるケースはほとんどない。但し、事業創出の検討過程における知財情報の活用可能性等は感じることもある。〔サービス産業〕

## (v) 商標の活用・調査

新興国に対しては、特許よりも商標を重視している企業が多い傾向がみられたが、情報が未整備のものが多く、調査機能も充実していないので、書誌事項は必須としてほしい、権利ステータスがわかるものがほしい等、品質や収録状況に関しての整備の要望する意見があった。

- ・ 商標については、ハウスマークを中心に取得している。〔化学〕
- ・ 商標権としては、ハウスマークは重視、各製品名までは注力はしていない。〔機械〕
- ・ 商標は東南アジア地域で取得している。模倣品対策として、ロゴマークは多くの国で取得しているが、トレードマークについては、主要国等一部の国・地域での取得に限られる。〔機械〕
- ・ 商標権としては、ハウスマークは重視、商品シリーズ名なども個々の事業に則した保護を推進しているが、個別の各製品名までは注力していない。マドプロ出願を活用している。〔日用品〕
- ・ 模倣品対策等の知財活動では、特許より商標を活用することが多く、商標が重視される。〔化学・機械〕
- ・ 商標・意匠については、権利行使のしやすさ、維持費用がさほど大きくないこともあり、積極的に出願している。一方、特許に関しては、東南アジアで出願するのは対象技術の市場規模、根幹技術かどうか、侵害確認のしやすさなど、戦略性をもってメリハリのある出願をしている。〔化学〕
- ・ 商標の知財情報の活用・分析等はあまり行われていない。製品のネーミング案に対する調査依頼等はある。〔機械〕
- ・ 商標は主に模倣品対策目的で取得している。〔化学〕
- ・ 類似の商標がないかのスクリーニングは行った上で、現地代理人を通じて、現地の語感としてどうか等も含めたより細かいチェックを行う。〔化学〕
- ・ 商標については、ロゴ等が引っかけると輸出できなくなってしまうため、営業戦略の中でどの国に販売したいのかを決めて、その国で商標が出願されていないかを調べる。特に人の名前が出願されているケースもあるので、気を付けている。〔機械〕
- ・ 侵害品についてはどの地域でも対処することにしている。新興国では、主

- に EC サイト上で侵害品を発見することが多い。特許権や意匠権の侵害品発見のために自社で調査を行うことはないが、商標に関してはアウトソースを利用して調査する部分が多分にある。意匠に関しては、社内情報提供や顧客からの情報提供に頼っているのが現状である。〔サービス産業〕
- ・ 新規地域への進出時において、改めて調査を行う。〔日用品〕
  - ・ 商標に関しては社名を新興国すべての国で登録しているが、製品名に関しては、すべての国で出願しているわけではないが、今後の市場となりうる一部の国への出願の必要性も感じている。〔日用品〕
  - ・ 商標は侵害防止を目的とした調査はしている。また、模倣品が非常に多いので、模倣品対策に重点を置いた商標・意匠出願に力を入れている。〔日用品〕
  - ・ 商標の調査は、WIPO や欧州・米国の DB を活用し、それらの調査結果を基に使用可否や出願等の判断をしている。〔機械〕
  - ・ 模倣品対策等の知財活動では、特許より商標を活用することが多く、商標が重視される。まずは商標や意匠を確実に出願するようにしている。〔電気〕
  - ・ ブランディング活動については、新しいものの発想もそうだが、それらに知財ミックスを活用するのか、必要な情報分析をした上でメリハリをつけた検索をしている。〔化学〕
  - ・ 商標に関しては、モニタリングは実施しているが、戦略立案のための分析は行っていない。〔機械〕
  - ・ モニタリングは実施しているが、戦略立案のための分析は行っていない。国によっては、パッケージ上で効能を謳うことに対する表現面での規制が厳しいが、通常のレギュレーション上では違反になる表現であっても、商標を取っておけば認可が下りる内規がある。プラス面での見方もできるが、商標登録すれば効能表現が許されることに論理的な納得感が得られないことや、本来と異なる目的で商標を取らないといけないという点でマイナス面の印象が強い。〔化学〕
  - ・ ある程度どの国でどのようなブランドがあるのか、ハウスマークだけ権利を取っているのか、ペットネームまで取っているのか、ファミリーネームはどうか、などといった視点での分析は行っている。〔サービス産業〕
  - ・ 新興国における知財に関しては、特許よりも商標の方が、重要度が高い。〔電気〕
  - ・ 海外の商標管理を委託している企業に調査依頼することや、マドプロ出願時等は担当の国内弁理士から、現地の代理人に調査依頼を行っている。調査目的は他社権利への抵触回避が中心である。〔化学〕

## (vi) アライアンス

事例自体がごく少数だったこともあり、新興国における知財情報を積極的に活用したという話は無く、ごく一部の企業から、相手先の保有権利の確認を行った、という程度の情報があった。

- 一般的に、アライアンス時には、相手先関連の知財調査、自社の非侵害確認は必要である。〔化学〕
- グローバル企業との協力はあがるが、新興国企業との協力は今のところない。関係構築にあたり、当社知財が侵害をしていないことの確認や侵害補償は求められるが、それ以外では知財に関する条件付け等はない。〔機械〕
- アライアンス先の検討として知財情報の分析を行う。多くのケースでは、スタートは知財からでなく、ビジネス戦略から始まる。知財スタートで広く調査することもあるが、アライアンスにおいては基本的にはある程度選定した対象に対して調査する。〔化学〕
- 他社とのコミュニケーションから生まれる新商品、開発も行っている。〔日用品〕
- 「こういった技術があったら世の中を変えるのでは」といった事業部の思いに対し、一緒に技術をクリエイトできるようなパートナー企業に声掛けし、共同研究を進めるケースはある。〔サービス産業〕
- アcademiaと連携する場合は、出願の際に共願案件になる事が多い。知財面を調査することはもちろん、学会発表で新規性が失効されていないかも確認している。企業との連携の場合は製品ありきであり、こういった特許なのか、こういった素性のものなのかを調査はしている。また、開発プロジェクトごとに知財担当者を必ずアサインしていただき、お互いに知財面で漏れがないように対応をしている。〔化学〕
- 研究開発の側面では、分析結果の活用というよりは、特定の研究分野における先行者情報の提供となる。〔化学〕
- 用途と技術のマッチングのために、先進国の知財情報を活用している。新興国の知財情報も活用できるものはしていきたいが、技術に対するニーズの把握等、先程も触れたように、ミドルレンジの分析は難しい状況である。〔機械〕
- 海外進出する上で知財情報も参考にする一例として、協力先の企業の知財権について、共願があればその相手企業についても調査を行った。〔日用品〕
- 知財情報というよりは、顧客候補・パートナー候補の経営戦略や想定課題

と言った事業的な情報の方が有用であり、IR情報や営業ルートから得た生の情報を主に活用しており、知財情報はあまり活用していないのが実態である。〔電気〕

- ・ 知財情報の活用としては、各知財のリスク分析結果や、買収先の知財の価値判断等が、経営判断にも繋がってくるという要素が大きい。〔機械〕

## (vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用

現地ニーズ等の取得手段として非知財情報を活用しているケースが見られた。また、各種非知財情報の裏付け情報として特許情報を分析・活用しているケースも一部見られた。なお、非知財情報を基に技術提携する場合もあるが、新興国では行われていないということだった。

- ・ 現地ニーズ等の取得手段として、非知財情報を活用している。〔電気・日用品〕
- ・ 非知財情報の活用に関しては、市場情報は販売台数、研究開発費、営業利益率を見ながら競合分析をしている。また、発明に対する出願数も、研究開発費と照合することで、研究開発の裏付け情報にもなる。論文に関しては、定常的に見ることは少ないが、見てはいるといった状況である。〔機械〕
- ・ 顧客志向が根底にあり、現地ニーズ等のマーケティング活動では、営業等、訪問・対面による情報収集等を重視している。市場情報などの非知財情報は極めて重要である。一方で、新興国においては知財情報を主体としたデータ分析により調査・情報収集することは極めて限られている。〔化学〕
- ・ 国際事業部門で非知財情報等は整理しており、半年に一度その報告は受けている。今ある権利の取捨選択や必要であろう出願の検討にも役立っている。〔化学〕
- ・ 知財情報を、市場動向等 非知財情報の補完情報としては活用していない。〔機械〕
- ・ 製品企画の担当者が現地訪問してニーズを探っている。どのように商品として流れているのか、どういった金額で売られているのか、そういった知財情報以外のところから入っていく。ある程度どのように売られているかが把握できてくれば、その後に知財情報が必要となってくると思われる。〔機械〕
- ・ 技術オリエンテッドな案件であれば、論文も含め技術情報をしっかりと精査するが、それ以外で論文を積極的に見に行く事業はそれほど多くはない。〔サービス産業〕

- ・ ASEAN 諸国については、得られる知財情報が少ないことから、現状では、ウェブサイト等非知財情報から得られる情報が多いのではないかと感じる。ウェブサイト上での他社のリリース情報や、政府関係の法制度・規制関係の情報は非常に参考になる。先進国では通常、知財情報を用いて、これら情報の裏付けを行っていくが、ASEAN 諸国については、そこが難しく、非知財情報ベースに近い分析となる。〔機械〕
- ・ 知財部門でも知財情報の調査を実施している。学術文献、市場情報の専門部門（開発、マーケティング）でも調査・活用を行っている。〔日用品〕
- ・ 全社で積極活用している IPL においては、特許情報だけではなく、その他の一般情報も積極的に活用している（特許情報の比率は決して高くない）。一般情報は企業情報・環境情報について、様々な商用データベースが活用できる他、インターネット上のウェブサイト情報を調べていく。〔化学〕
- ・ 特許の無効に関し、非知財情報を扱うことはあるが、当社の事業分野はノウハウが主体で、論文はまずない。ブラックボックス化されている。〔機械〕
- ・ 先を見据えた俯瞰調査等も実施しており、今後このような分野・地域で実施すべき調査テーマ等を提案し、事業部と議論している。〔電気〕
- ・ 国ごとの状況と事業領域を踏まえて、知財情報の分析への力の入れ具合も変わってくると考えられる。〔化学〕

## （２）新興国等の知財情報活用にかかる課題

ヒアリング調査したことで見えてきた課題は、新興国現地に競合になり得る企業が必ずしも多くはない競争環境下と、係争等において知財制度が適切に機能することに対する不安等が挙げられ、新興国知財情報の整備状況等に係る問題と相まって、新興国知財情報の詳細分析の実施に繋がりにくい現状にあった。新興国の市場拡大・経済発展に伴う変化（現地競合の台頭・アライアンス先の確保等）を見据えた２方面での課題は次のとおりである。

### （i）現在の知財情報活用の進展

FTO 重視等、安心感や確かさを求める傾向が強い日本企業の知財活動を、新興国でも円滑に進めるための環境整備が求められる。

- ・ 新興国知財庁データベース上における収録漏れ等、一次情報の信頼性改善
- ・ 図面や抄録、クレーム等、収録情報の拡充

- ・ 生死情報や審査経過情報等、日本企業が特に重視するステータス関連情報の提供
- ・ 国際分類に基づく絞込み、現地語でのネガティブミーニングチェック、図面の画像検索等、データベース上での機能向上
- ・ 日本の J-PlatPat と同水準のデータベース構築や運用をしてほしい、もしくは J-PlatPat に東南アジア地域の知財情報の収録

具体的なヒアリング意見は次のとおり。

- ・ 一次資料として、商標は本国のデータベース 情報を重視しているとはいえ、登録番号や出願番号の表記が異なることは多く、データベース と紙公報の表記が異なっていることもあるため、現地知財庁のデータベース収録の正確性に疑問がある。紙公報の DB は文字化けが多い。社名の誤記も多く、手入力をしているのではないかと思うほどであった。また、調査した時に引っ掛かりやすくするために、IPC を全ての公報に付与していただきたい。そして、権利者変更が追える DB があると良い。特定の国については、独立請求項の数で登録料を支払わないとならないが、全く情報がない。公報への記載もなく、特許査定書のみに記載されているので、その情報がないと共同出願等内容がわからない。さらにテキスト翻訳ができると良い。特許の明細書が見られると有難い。〔化学〕
- ・ FTO 調査を行う上で、母数を減らすにはステータス、特に権利の係属・存続の有無で絞り込むのが効率的だが、その絞り込みができないデータベースの国が多い。〔サービス産業〕
- ・ 新興国については技術動向調査としての活用ではなく、侵害しているものはないか、という観点での調査に利用している。対応特許の出願有無を調べようとしたときに、優先権主張番号やキーワード、分類を入れることで、より詳細な検索ができれば良い。特に審査経過情報、登録情報等がわかるならば、現地知財庁データベースを使いたい。〔日用品〕
- ・ 商標の現地調査は、ネガティブミーニングチェックもあるので重視している。〔化学〕
- ・ 権利状況が一番確認したい点であり、日本の J-PlatPat のようなクオリティで、各知財庁が情報を提供してくれれば、リスクの大きさが正確に判断できやすい。〔サービス産業〕
- ・ J-PlatPat への東南アジア知財情報のデータ格納もお願いしたい。ニーズはあると思う。検索による特許調査ができればもちろん良いが、少なくとも、登録になった特許の請求範囲、生死情報等の権利状況がわかれば、かなり

使えると思う。知財庁データベースで感じる言語面や機能面等による使い勝手の課題等を、J-PlatPat で解決してくれると助かる。〔機械〕

- 特許に関しては、現地語が課題になる。分析自体は ASEAN 地域に限るものではないが、分析したい技術の課題のメッシュが特許分類より細かいことが多く、分類でマクロ解析をかけてからあたりをつけて読み込みを行うのではなく、最初から明細書の読み込みが始まってしまうため、負荷が大きく、何とかしたい。最近では AI による要約作成や分類等の活用も案件によっては検討している。また、知財情報入手できても、それが事業にどの程度の脅威になるのかといった判断ができないことが問題である。登録例等は DB 化されているのでわかるが、権利行使がどういう傾向でなされるのか、司法判断や執行機関でどう判断されるのか、といった情報が不十分である。類似する意匠や商標があった場合、日本や欧米と同じ基準でリスク評価して良いのか捉え切れていない国が多い。実際の法運用についての情報が不足している。そして、各国知財庁には、DB に本文全文を収録してほしい。商用 DB で書誌事項しか収録されていなかったため、知財庁 DB を確認したら、そこでも書誌事項しか収録されていなかった、という事もあった。更に各国知財庁 DB には英語版は標準装備してほしい。英語版と現地語版で指定できる項目など検索機能が異なるようなことでは困る。〔化学〕
- 商用 DB でも会社によって収録状況が異なり、また、各国知財庁の DB を参照しても、現地語では読めず、他の英語ベースの検索 DB の結果との照合が困難なため、調査結果が正しいのか確証が持てない点に不安を抱えている。ただ、十数年前の状況（例：商用 DB を見ても明らかに件数が少ないが、そもそも出願がないのか、もしくは収録漏れがあるのか、どちらかも良く分からない等）と比べると、現在は多少改善されていると思う。〔化学〕
- 自社製品には化学物質が入っているため、輸出先の国によっては、規制の関係で製品に含まれる成分全ての開示が必要になる。その際に、開示情報は販売先を経由するため、販売先で情報を知るところとなる。このような情報流出のリスクはできれば避けたいので、販売先とは厳しめの NDA を締結するが、それで秘密が守られるとは限らない。知財庁ではなく、輸出入を所管する行政機関に対する要望かもしれないが、情報開示を行う側の不利益にならないよう、運用面の見直し等を行ってほしい。〔化学〕
- ASEAN 地域のローカル知財情報でも、公報の収録が充実していれば、積極的に知財情報を活用したいと考えている。仮に先進国からの出願ばかり

だったとしても、その国で何をしようとしているのか、競合他社に限らず幅広く見ていくことで、その国自体の動向を把握できる。情報さえ充実していれば、活用する価値はある。〔機械〕

- ・ 実効性のある模倣品対策となるよう、訴訟制度が整備されていること、納得のいく判断を下してくれること等が重要である。〔機械〕
- ・ 英訳ニーズに関しては、タイトル位は英文でほしい。クレームは機械翻訳にかけられるよう、コピーアンドペーストが可能な文字データがほしい。それが難しいのであれば、英語か日本語のクレーム情報がほしい。知財庁 DB も、Espacenet のように、Google 翻訳がかけられるようにすれば良いのではないか。いずれにしても、クレームのデータはほしい、せめて第 1 クレームだけでも。できれば実施例等も。要約は内容の信頼性に疑問があるため、優先順位は低い。〔機械〕
- ・ 知財情報については、収録率やステータス情報の信頼性をあげてほしい。どこまで収録されているのか、どこまで信頼がおけるのかを明示していただき、客観的にわかるようにしていただきたい。信頼性の高い情報を東南アジア等の地域単位で、包括的に検索・確認できるような体制を構築してほしい。ワンポータルドシエで、各知財庁情報がワンストップで取れるのは有難い。〔機械〕
- ・ 知財情報に限ると、そもそも ASEAN 各国の法整備・条約加盟状況が統一されておらず、どのように出願するかを国ごとに検討する必要がある。また、DB の収録項目、収録タイミングにもばらつきがあり、新興国特有の調査ノウハウがないと調査分析ができない。DB の充実化や主要国との収録状況の統一化が進むと調査品質も向上し、調査機会は増加する。〔電気〕
- ・ 新興国の知財情報における言語面の問題としては、出願人や企業名の名寄せ作業が大変なため、現地知財庁には出願人名等のみでも英語表記を義務付けるようにしてほしい。また、要望として主なものは、図形商標に対する AI イメージサーチがある。〔電気〕
- ・ 新興国知財庁に対しては、デジタル化とアーカイブ化の 2 点に取り組んでほしい。〔電気〕
- ・ ASEAN 諸国はミクロ的には取れる情報が少ない、アップデートが遅い、翻訳がされていない等、情報が取りづらくハードルが高く、割り切りで調査を終了させているところもあるので、何らかのサポート等があると有難い。新興国知財庁側の情報公開・発信が強化・改善されれば、ユーザー側の利用可能性も高まると考える。〔日用品〕
- ・ 新興国における課題としては、情報が散在しすぎており、情報収集が大変

なこと。なおかつ収集した情報が最新のものかを確認する手間もあるので、適切な情報が集約されていると非常に助かる。例えば、制度情報等を調べた時に、様々な場所でその国ならではの情報が掲載されており、その中には情報として古いもの、要するに法改正前の内容等も含まれていたりする。また、ASEANの国は大半がハーグ協定に加盟しておらず、日本出願の段階で、ある程度共通項の内容で効率的に諸外国にも出願していきたいが、それができない。各国ごとに細かいルール(斜視図の要否、点線の取扱い、等々)が存在するため、出願したはいいがローカルルールを理由に拒絶され、出願費用が嵩むと言ったことがある。実務的に、各国制度の共有点と相違点が整理されている資料があると非常に有難い。新規性喪失の適用がされる国、されない国があるため、開発者に公開の是非を徹底するなど、デザイン戦略上の影響もある。ASEANに限らずかもしれないが、世界を俯瞰的に把握できていないのも問題と感じている。〔サービス産業〕

- ASEANに限るかはともかく、同じ条件で同じ情報を各国バラバラではなく情報の粒度を揃えて提供してほしい。色々な国にまたがって活動しているので、同じ単位で比較できると有難い。〔サービス産業〕
- 問題点としては、IPCで区切れない、現地語しか検索ができない等あるので、今後、データの収録率が高まることも重要である。〔日用品〕
- 国によって規制、補助金制度や、ユーザーニーズも異なることから、その国のニーズに基づいた新たな気付きや仮説の裏付けの提供や、次の行動や注意喚起を促すような調査分析に資するべく、市場情報に加えて知財情報も活用している。〔日用品〕
- 商標調査からは、今まで知らなかった企業や、人気のあるネーミング等に気付くことがある。知財の出願等から国民性が見えてくることはある。また、模倣品の調査を通じ、現地企業や現地工場の情報を取得・提供することもある。〔日用品〕
- 通常のワールドワイドデータベースによる調査で傾向の大半は把握できる。その中で特定の企業が新興国への出願が多ければ、ネット上の一般情報でその企業が今どういう動きをしているのかを調べることができるため、現地の特許情報までを精緻に調べる必要性は薄い。〔化学〕
- 知財コンプライアンスで最も重要なのは、他社特許を踏まない、という事であり、その際にDBが不十分だと事業部が製品を出して良いのか判断に困ってしまう。他社権利の侵害回避のためにも、DBの充実を強く希望する。〔電気〕
- 世界各国の模倣品に対して厳しくなっていると感じる。また、大手小売り

も、メーカーに対し商標のクリアランスを求めてくるケースなどもあると聞く。コンプライアンスとして普通に求められてきている。〔化学〕

- ・ 現地知財庁の DB は、現地語では読めないため、せめて英語にしてほしい。また、最低限抄録と図面は全て備えてほしい。〔機械〕
- ・ 一部の国の知財庁の DB が、その国の国籍を有する人しかアクセスできないようになっているため、他社公報や自社出願のリーガルステータス等を日本から確認できない。国籍に限らずリーガルステータスの確認をできるようにしてほしい。〔機械〕
- ・ 今あるビジネスを拡大するのではなく、次のビジネスのネタを探すことに注力している。知財情報の調査には、製造拠点を設けて生産する場合の調査と、製品を流通させる場合の調査と 2 つあり、それぞれ異なる。製造する側としては、問題無く製造できるか、その国にどのような特許があるのか調べる時に、苦勞している。その市場に投入する場合でも、他国で既に製造販売している場合等、既に公知となっている場合は、当該国における調査に対するハードルもかなり下がると思う。〔化学〕
- ・ 現業に関する知財ポートフォリオは、ほぼ構築が完了している。今後は派生的な事業展開等も含めて進めていく予定である。〔電気〕
- ・ 知財は守るよりも攻めるためのものであり、他社に刺さる価値、他社が事業をできない権利が必要だと考えている。〔機械〕
- ・ 知財活用の 3 方向としては、中小企業にはリソースの限界があることもあり、経営戦略や事業戦略といったハイレベルでの活用ではなく、R&Dでの活用がメインと感じている。どうしても、自社製品の技術の強みを、どのようにして高めていくか等に、フォーカスされがちである。〔サービス産業〕

## (ii) 新たな知財情報活用の取組み

FTO 対策とは別の、新興国におけるビジネス展開をサポートするための新たな知財情報の活用に向けた取組みが求められる。

- ・ 数年後の ASEAN 各国における、現地競合企業の台頭、それに伴う知財活動・管理ニーズ増を想定した知財情報の活用
- ・ 商標/意匠の情報分析等、当該地域に適した知財情報の活用
- ・ 取得知財情報を活かした現地での技術力アピール、信頼性確保
- ・ 非知財情報を併用しての、知財情報の活用・相互補完

具体的なヒアリング意見は次のとおり。

- ・ 特にシンボリックなものとして、意匠を俯瞰分析していくと、その国で好まれるデザインや色といった傾向を把握できる。〔電気〕
- ・ 加工技術については、技術力のアピールとして進めている。広告宣伝費に比べれば、特許出願は割安ということもあるし、他者牽制にも繋がる。〔日用品〕
- ・ 本国出願からの移行ではなく、現地出願に絞った時にどのような傾向があるか見ることはある。その地域に特化したニーズや課題があるため、それをチェックしている。特許から、グローバルで使えるものではなく、ローカルなニーズであることを把握することはできる。ただし、特許の場合若干のタイムラグがあるため、現地の駐在員が直接営業部門等から情報を得ることの方が多い。〔電気〕
- ・ 世界各国の税関が商標について重視してきていると感じる。また、大手小売りも、メーカーに対し商標のクリアランスを求めてくるケースが増えてきていると感じる。模倣品対策というより、コンプライアンスとして普通に求められてきている。〔日用品〕
- ・ 新興国ではないが、知財を有することによる税制上の優遇措置等がある。知財を有することで何らかの信用担保に繋がるケースもありえる。〔サービス産業〕
- ・ 知財情報は3方向に対して貢献している。1つ目は社長・CEO等の経営トップの経営戦略・判断で、2つ目は個別の事業領域における事業戦略、3つ目がR&D戦略で、基礎研究のテーマ等が、ビジネスになり得るかをIPLで検討している。IPLの基本的フローは、外部環境分析（制度・法規制、社会・業界動向→競合・市場シェア→業界のサプライチェーン・バリューチェーン）→内部環境とテーマ分析（自社の強み、経営課題→テーマの設定）→仮説検証から提案（テーマにおける競合分析→ビジネスモデルの仮説設定→テーマの打ち手とロードマップ提案）となる。内部環境分析、仮説検証の場面で主に知財情報が活用され、新興国のローカル情報を活用するのであれば、外部環境分析の中で何かできないか、と考えている。〔化学〕
- ・ 経営トップは技術畑出身なので、知財についてある程度の知見はあるが、技術者寄りの目線もある。経営面でも、新しい研究テーマをどう探してくるか、そこに先行投資していきたい、といった話が出る中で、知財情報を活用できるのではないかと、知財部側からIPL活動を仕掛けている。〔化学〕

- ・ 他社動向の分析を通じ、自社のポジション等を把握し、それを踏まえ、どこにリスクやチャンスがあるのかを明らかにし、そのチャンスを活かすことによりビジネスで勝てる、そういったストーリーを作るケース等がある。  
〔機械〕
- ・ どの商標をニースクラスの何類で出願しているのか、指定商品や役務は何か、といった点を見ていくと、競合企業が次にどのようなビジネスをどの地域や国で展開していこうとしているのかを推測できる。商標は特許よりも公開が早く、また、権利行使の難しさや費用等の様々な理由で特許を出願しない国でも、税関等での差し止めを行いやすい商標は商品やサービスが流通する可能性のある国では漏れなく出願する、という判断をする企業は多い。そのため、競合企業の商標出願動向を調べることで、特許情報では見えてこないものが見えてくる可能性がある。商標データを利用したランドスケープ分析に取り組み始めている企業もいる。〔電気〕
- ・ 投資からの視点で特許権利があるというのは一つのステータスにはなり、信用の一つとなる。新興国ではないが、知財を有することによる税制上の優遇措置等がある。知財を有することで何らかの信用担保に繋がるケースもありえる。〔サービス産業〕
- ・ 製品情報から関連する特許出願を推測し、それに対する回避策を検討するといった取組みは行ってみたい。〔機械〕

参考として、次頁以降に、上記ヒアリング結果を業種別に整理したヒアリング調査表を掲載する。

表 8 業種別ヒアリング調査表（化学）

| 項目  | コメント  |
|---|---|
| <p>(1) 新興国等における知財情報活用の現状</p> <p>(i) 新興国市場と知財</p>                | <p>成長市場としては重視されているのに比し、知財面では、必ずしも積極的な知財活動が展開されているわけではない。</p>  |
|   | <p>製品のローカライズ等、現地開発等を行わず、日本国内の完成品を新興国に輸出する形でのビジネス展開が多い。</p>  |
|   | <p>新興国市場における競合他社は、現地のローカル企業ではなく、ワールドワイドに活動する先進国企業等がメインである。</p>  |
|   | <p>日米等主要な市場で販売実績のある製品であれば、新興国市場に展開するにしても、同市場における知財リスクは低いと考えている。</p>   |
|   | <p>特許に関しても同様の考え方だが、日本、中国、米国、欧州ではきちんと出願していこうという姿勢の反面、費用対効果の視点も加味している。技術領域によっては、東南アジアでは技術レベルに差異があり、また権利行使する場面も限られている。現地での特許、技術視点でのパトロールについても効果に限界があり、費用対効果を見極めて出願をしている。</p> |
|   | <p>権利譲渡をする場合は、現地知財情報に気を付けなければならない。権利移転の情報更新がしっかりと対応されているかを確認している。</p>   |
|   | <p>国による出願件数の違いは、その国の司法制度が機能しているかどうかによる。どこで権利行使するかで出願国を厳選し、出願を絞っている。権利行使に難しさを感じているが、製造国だから牽制の意味である程度出願している国もある。</p>  |
|   | <p>競合の日本企業が国内には出願せず、新興国等の特定の国にだけ出願している、といった可能性は低く、通常の新興国等の調査で見つからなければ、東南アジアでも出願人検索程度で、それらしい時期のそれらしい出願人の有無さえ把握できれば、その程度で充分でもある。</p>  |
|   | <p>成長市場としては注視している。知財面では、市場規模、技術、競合状況などを鑑み必ずしも最優先の知財活動が展開されているわけではない。</p>  |
|   | <p>ハラル、ヨーロッパのサステナブル、アメリカのクリーン（シンプルなモノづくり）といった、特徴的なマーケットに対して、マーケットに基づいて（顧客志向に基づいて）IPL 的調査を行う。調査全体の中では割合は限定的である。</p>  |
|   | <p>ASEAN 地域に関しては環境、衛生、水汚染が問題であり、社会的課題の解決も盛り込みつつ、分析、事業展開を図っている。</p>  |
|   | <p>最近チャイナリスク等の影響で、東南アジアに戻ってくる企業が増えてきていることから、ASEAN は今後力を入れていく地域と捉えている。</p>   |
| <p>商標に関しては、販売国ではしっかり取り組む。ブランド価値の維持や偽物対策の側面から海外にも十分重きを置いている。</p> |   |

|   |  |
|---|--|
| (ii) 新興国における知財情報活用  | <p>ワールドワイドに活動する先進国企業等の出願動向は、ワールドワイドデータベースの調査で把握可能である。東南アジア諸国での動向もファミリー情報で取得可能なケースが多い。</p>  |
|   | <p>新興国における知財活動は、FTO 対策がメインである。FTO 調査では、ワールドワイドデータベースで競合他社の状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報にあたる。</p>  |
|   | <p>調査目的として、メインは権利化と FTO が多い。FTO 等のマイクロ分析が主体で、新興国を対象とした動向分析や IPL 等のマクロ分析は一部の分野に限られている。</p>  |
|   | <p>FTO 以外の目的で、新興国の特許情報を敢えて深掘りすることはない。一般的なワールドワイドデータベースにより新興国も含めて調査している。費用対効果から言っても、積極的に新興国の知財情報を個別に調査する必要は低いと考えている。</p>  |
|   | <p>東南アジア地域を対象とした特許情報の調査を行う場合は、FTO を目的とした調査が中心となるが、あまり力をかけてはいない。東南アジア地域のみでマクロ調査を行う程のボリューム感はなく、何らかの動向調査を行う場合、対象技術の各国文献を個別に読んでも処理できるのではないかと感じている。仮にマクロ調査を行うのであれば、ワールドワイドな競合企業の対象新興国への進出度合いを把握するような場合ぐらいではないか。</p> |
|   | <p>競合する企業はある程度具体的に特定できており、競合企業の出願先国が東南アジアに限定されることは考えにくく、他の国へのファミリー出願の存在が推測できるので、ワールドワイドの調査で担保できると考えている。東南アジアの知財調査に関しては、現時点ではこのレベルで割り切っており、これ以上調査の精度を上げる必要性については、今のところ考えていない。</p>                               |
|   | <p>日米欧中で既に販売しているものを展開することが多く、これまで何年も日米欧中の市場で販売できていた商品を、よりリスクの低い東南アジア市場に展開する際に、改めて調査の必要性が感じられない。FTO 調査も深掘はせず、調査自体を省略することもある。</p>  |
|   | <p>新興国でも自国内だけでしかビジネスを行わない、かつ技術力の高い会社があれば、会社単位でウォッチする必要はあり、特定の領域だけをチェックすることはある。ASEAN 地域の知財活動の取組みについて品質はあげていきたい。</p>   |
|   | <p>特許絡みで販売できないのは困るため、現地の出願情報も必ず調査することになっている。</p>   |
| <p>業界的に日本のメーカーが強く、ある程度決まった日本メーカーの動向のみウォッチングしていれば、概ね問題ないというのが現状であり、マクロ的な知財情報の活用には至っていない。</p> |  |
| (iii) 新興国知財調査の限界と割り切り   | <p>検索データベース等手持ちのリソースでは、収録範囲やデータの品質等の面で、調査の限界が存在する。</p>   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>調査に限界があることを前提として、調査を実施。複数のデータベースの併用も、調査精度向上のための選択肢の一つである。</p>   |
|  | <p>調査には終わりが無いため、調査の内容や費やした時間などから調査結果を信頼して、調査の深堀度合いについては、開発のスケジュール等の時間で区切っている。</p>  |
|  | <p>新興国の知財情報を活用する際の課題として、各国知財庁データベースの収録内容は必要な情報が収録されていない。商用データベースで抄録と書誌事項程度しか収録されていないため、各国知財庁データベースを確認すると、そこでも同じ程度の情報しか収録されていない、というケースがある。収録状況がもっと改善されれば、東南アジア地域の知財情報を活用するモチベーションが上がる。なお、意匠権を定期的にウォッチングはしていないが、知財の出願件数が少ない企業で、特許等で情報が取れない場合に、意匠を調査・確認することはある。</p> |
|  | <p>ワールドワイド調査のみとするか、対応調査も実施をするか、ワールドワイド調査で引っかけからなくても更に現地情報を調べるか、といった判断については事業の重要性に応じて、また、技術、プレーヤー情報などを鑑み、現地だけに出願されていそうか否かを考慮して決定している。</p>   |
|  | <p>現地知財情報については、対応する英語文献があればそれを確認する。各国で同じクレームとは限らない、等の可能性も考慮して、技術内容によっては、現地語文献の翻訳を行うこともある。</p>  |
|  | <p>以前は ASEAN 地域にも販売国として多数の出願をしていた。意匠・商標は模倣品対策のために出願している。見てわかりやすいものは侵害されやすく、本来のお客さまに迷惑をかけることもあり気をつけている。特許に関しては一定のポートフォリオも確立できたものについては、出願を峻別している。最近はお願件数が下がってきている。</p>   |
|  | <p>英語主体で調査できるものは、国内と同じように対応しているが、現地語が絡む調査に関しては、調査会社等の外注を行うこととなる。その場合、調査会社側の翻訳能力依存になってしまうため、同じ信用度で情報を取扱うのは難しいことがある。</p>   |
|  | <p>動向調査を東南アジア限定で行うことはない。ワールドワイド調査の延長線で、ビジネスを展開する地域に絞って調査を行うことはあるが、原則として、地域を限定して調査を行うことはない。東南アジア地域で動向分析を行うには、対象となる特許文献等の絶対数が少なく、分析を行うには至らないこともある。</p>   |
|  | <p>競合が東南アジアの特定の国にだけ出願している、といった可能性は低く、ワールドワイド調査で見つからなければ、東南アジアでも出願人検索程度で、それらしい時期のそれらしい出願人の有無さえ把握できれば、その程度で充分でもある。</p>   |
|  | <p>各国知財庁の DB を使う機会はゼロではない。番号検索はできるので、商用 DB で差分が出た時に、特定文献の有無を確認するために利用する。</p>   |
|  | <p>社内では、ワールドワイド DB で簡易的に調査している。それ以上の情報は、必要に応じて取引先等を通じて現地代理人にコンタクトを取り、調査依頼をしている。</p>  |

|  |  |
|--|--|
| (iv) 知財情報活用の社内浸透   | <p>知財に対する認識が強いトップも存在する。</p>  |
|  | <p>知財部門が他部門とコミュニケーションを通じ、調査の実施・調査結果の活用等、知財情報活動を活性化している。</p>  |
|  | <p>事業部門における知財情報の有用性の認識については、国による違いはなく、部門による温度差がある。技術がカギになるような製品・事業部門の方の意識が高い。</p>  |
|  | <p>経営トップは技術畑出身なので、知財についてある程度の知見はあるが、技術者寄りの目線である。経営面でも、新しい研究テーマをどう探してくるか、そこに先行投資していきたい、といった話が出る中で、知財情報を活用できるのではないかと、知財部側から IPL 活動を仕掛けている。経営層全体に、知財の有効性について実感を持ってもらうところまで至るのには、やや、まだ遠い感触がある。</p>   |
|  | <p>個別の調査依頼の他にも、SDI 的に特定分野に絞った他社の出願動向の情報発信等も行っているが、そうした取り組みは、情報発信を行う人が、これまでその分野で研究をしてきたといったバックボーンがあって初めて可能となるため、継続的にそうしたチャンネルを開いていくのは難しいと感じている。依頼者側にも、研究分野のバックグラウンドがある人の方が、話が早いなど、相手によるところもある。</p>  |
|  | <p>事業部門に対しては、商標部門からブランド戦略について提案を行っている。ミクロ調査が中心ではあるが、そこから得られた情報とそれに基づくブランド戦略の方向性についての事業部門との意見交換は通常業務として行っており、事業戦略への知財情報の活用は日常的に実施できている。また、企画調査部門からの依頼としては、新規テーマ周辺の先行技術情報の調査や、出資先についての知財回りの調査が主なものとなる。厳密に言えば、新規テーマに関する調査については企画調査部門から直接では無く、研究所経由で依頼を受けることの方が多い。</p>           |
|  | <p>知財担当者が1名でかつ、法務や人事業務も兼任していることから人的リソースが限られているため、開発部門と連携する形で、SDI 調査やそれに基づくリスク判断、権利取得の方針検討等を開発部門が独自で取り組める体制となっている。知財部門から情報提供する形でなく、開発部門が自律的に内部で知財情報を活用する社内体制となっている（そのような体制の実現を目指し、取り組んできた）。ただし、開発部門としては個別の技術や特許に対する知財情報の活用にフォーカスする傾向が強く、全体の動向把握による情報活用の必要性を認識するまでに至っていない。</p> |
| <p>技術情報組織の限られた人員で全社対応しているため外注も活用している。現場も必要な調査を行い、明細書も自分で書くようにしているため、技術情報組織では現場向けの社内教育も積極的に行っている。経営層も知財（調査）を重要視する企業風土がある。</p> |  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>今の事業状況や技術状況は経営層ももちろん関心を持っており、説明を頻繁に求められる。経営層の関心は、技術内容そのものというよりはその技術がもたらす顧客価値である。さらには、その先の投資家向けとなる内容になる。近年この IR 視点で編集された内容を求められることも多くなっている。イメージで言うと、この経営者が扱いたい情報は氷山の上部の一部であり、水面下の見えない部分が知財、無形資産となることが多い。この隠れている部分があって初めて氷山の上があり、隠れた部分を現場レベルではしっかり把握し、見える化をさせて経営者に伝える必要がある。</p> <p>経営層としても特許情報分析の有益性は認識を持っている。どのように未来の経営数字に繋がるものなのかを説明している。ここ5年の間に意識変化があり、知財視点でみるとプラス面の変化と考えている。</p> <p>各領域の中でも特許が重要な分野であれば、知財部でも知財情報から見て自社の強みを踏まえたテーマ設定による事業方針の提案や今後使われる技術を見据えたテーマへの経営資源の投入の提案などを行っている。</p> |
| <p>(v) 商標の活用・調査</p>  | <p>商標については、ハウスマークを中心に取得している。</p>  |
|  | <p>模倣品対策等の知財活動では、特許より商標を活用することが多く、商標が重視される。</p>   |
|  | <p>商標・意匠については、権利行使のしやすさ、維持費用がさほど大きくないこともあり、積極的に出願している。一方、特許に関しては、東南アジアで出願するのは対象技術の市場規模、根幹技術かどうか、侵害確認のしやすさなど、戦略性をもってメリハリのある出願をしている。</p>  |
|  | <p>商標は主に模倣品対策目的で取得している。</p>   |
|  | <p>類似の商標がないかのスクリーニングは行った上で、現地代理人を通じて、現地の語感としてどうか等も含めたより細かいチェックを行う。</p>  |
|  | <p>ブランディング活動については、新しいものの発想もそうだが、それらに知財ミックスを活用するのか、必要な情報分析をした上でメリハリをつけた検索をしている。</p>  |
|  | <p>モニタリングは実施しているが、戦略立案のための分析は行っていない。国によっては、パッケージ上で効能を謳うことに対する表現面での規制が厳しいが、通常のレギュレーション上では違反になる表現であっても、商標を取っておけば認可が下りる内規がある。プラス面での見方もできるが、商標登録すれば効能表現が許されることに論理的な納得感が得られないことや、本来と異なる目的で商標を取らないといけないという点でマイナス面の印象が強い。</p>  |
| <p>海外の商標管理を委託している企業に調査依頼することや、マドプロ出願時等は担当の国内弁理士から、現地の代理人に調査依頼を行っている。調査目的は他社権利への抵触回避が中心である。</p> |   |
| <p>(vi) アライアンス</p>   | <p>一般的に、アライアンス時には、相手先関連の知財調査、自社の非侵害確認は必要である。</p>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>アライアンス先の検討として知財情報の分析を行う。多くのケースでは、スタートは知財からでなく、ビジネス戦略から始まる。知財スタートで広く調査することもあるが、アライアンスにおいては基本的にはある程度選定した対象に対して調査する。</p>   |
|  | <p>アカデミアと連携する場合は、出願の際に共願案件になる事が多い。知財面を調査することはもちろん、学会発表で新規性が失効されていないかも確認している。企業との連携の場合は製品ありきであり、どういった特許なのか、どういった素性のものなのかを調査はしている。また、開発プロジェクトごとに知財担当者を必ずアサインしていただき、お互いに知財面で漏れがないように対応をしている。</p>  |
|  | <p>研究開発の側面では、分析結果の活用というよりは、特定の研究分野における先行者情報の提供となる。</p>   |
| <p>(vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用</p>                      | <p>顧客志向が根底にあり、現地ニーズ等のマーケティング活動では、営業等、訪問・対面による情報収集等を重視している。市場情報などの非知財情報は極めて重要である。一方で、新興国においては知財情報を主体としたデータ分析により調査・情報収集することは極めて限られている。</p>   |
|  | <p>国際事業部門で非知財情報等は整理しており、半年に一度その報告は受けている。今ある権利の取捨選択や必要であろう出願の検討にも役立てている。</p>  |
|  | <p>全社で積極活用している IPL においては、特許情報だけではなく、その他の一般情報も積極的に活用している（特許情報の比率は決して高くない）。一般情報は企業情報・環境情報について、様々な商用データベースが活用できる他、インターネット上のウェブサイト情報を調べていく。</p>  |
|  | <p>国ごとの状況と事業領域を踏まえて、知財情報の分析への力の入れ具合も変わってくると考えられる。</p>  |
| <p>(2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題<br/><br/>(i) 現在の知財情報活用の進展</p> | <p>一次資料として、商標は本国のデータベース 情報を重視しているとはいえ、登録番号や出願番号の表記が異なることは多く、データベース と紙公報の表記が異なっていることもあるため、現地知財庁のデータベース 収録の正確性に疑問がある。紙公報の DB は文字化けが多い。社名の誤記も多く、手入力をしているのではないかと思うほどであった。また、調査した時に引っ掛かりやすくするために、IPC を全ての公報に付与していただきたい。そして、権利者変更が追える DB があると良い。特定の国については、独立請求項の数で登録料を支払わないとならないが、全く情報がない。公報への記載もなく、特許査定書のみに記載されているので、その情報がないと共同出願等内容がわからない。さらにテキスト翻訳ができるとう良い。特許の明細書が見られると有難い。</p> |
|  | <p>商標の現地調査は、ネガティブミーニングチェックもあるので重視している。</p>   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>特許に関しては、現地語が課題になる。分析自体はASEAN 地域に限るものではないが、分析したい技術の課題のメッシュが特許分類より細かいことが多く、分類でマクロ解析をかけてからあたりをつけて読み込みを行うのではなく、最初から明細書の読み込みが始まってしまうため、負荷が大きく、何とかしたい。最近ではAIによる要約作成や分類等の活用も案件によっては検討している。また、知財情報を入手できても、それが事業にどの程度の脅威になるのかといった判断ができないことが問題である。登録例等はDB化されているのでわかるが、権利行使がどういう傾向でなされるのか、司法判断や執行機関でどう判断されるのか、といった情報が不十分である。類似する意匠や商標があった場合、日本や欧米と同じ基準でリスク評価して良いのか捉え切れていない国が多い。実際の法運用についての情報が不足している。そして、各国知財庁には、DBに本文全文を収録してほしい。商用DBで書誌事項しか収録されていなかったため、知財庁DBを確認したら、そこでも書誌事項しか収録されていなかった、という事もあった。更に各国知財庁DBには英語版は標準装備してほしい。英語版と現地語版で指定できる項目など検索機能が異なるようなことでは困る。</p> |
|  | <p>商用DBでも会社によって収録状況が異なり、また、各国知財庁のDBを参照しても、現地語では読めず、他の英語ベースの検索DBの結果との照合が困難なため、調査結果が正しいのか確証が持てない点に不安を抱えている。ただ、十数年前の状況（例：商用DBを見ても明らかに件数が少ないが、そもそも出願がないのか、もしくは収録漏れがあるのか、どちらかも良く分からない等）と比べると、現在は多少改善されていると思う。</p>  |
|  | <p>自社製品には化学物質が入っているため、輸出先の国によっては、規制の関係で製品に含まれる成分全ての開示が必要になる。その際に、開示情報は販売先を経由するため、販売先で情報を知るところとなる。このような情報流出のリスクはできれば避けたいので、販売先とは厳しめのNDAを締結するが、それで秘密が守られるとは限らない。知財庁ではなく、輸出入を所管する行政機関に対する要望かもしれないが、情報開示を行う側の不利益にならないよう、運用面の見直し等を行ってほしい。</p>  |
|  | <p>通常のワールドワイドデータベースによる調査で傾向の大半は把握できる。その中で特定の企業が新興国への出願が多ければ、ネット上の一般情報でその企業が今どういう動きをしているのかを調べることができるため、現地の特許情報までを精緻に調べる必要性は薄い。</p>   |
|  | <p>世界各国の模倣品に対して厳しくなっていると感じる。また、大手小売りも、メーカーに対し商標のクリアランスを求めてくるケースなどもあると聞く。コンプライアンスとして普通に求められてきている。</p>  |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <p>今あるビジネスを拡大するのではなく、次のビジネスのネタを探すことに注力している。知財情報の調査には、製造拠点を設けて生産する場合の調査と、製品を流通させる場合の調査と2つあり、それぞれ異なる。製造する側としては、問題無く製造できるか、その国にどのような特許があるのか調べる時に、苦労している。その市場に投入する場合でも、他国で既に製造販売している場合等、既に公知となっている場合は、当該国における調査に対するハードルもかなり下がると思う。</p>   |
| <p>(ii) 新たな知財情報活用の取組み</p> | <p>知財情報は3方向に対して貢献している。1つ目は社長・CEO等の経営トップの経営戦略・判断で、2つ目は個別の事業領域における事業戦略、3つ目がR&amp;D戦略で、基礎研究のテーマ等が、ビジネスになり得るかをIPLで検討している。IPLの基本的フローは、外部環境分析(制度・法規制、社会・業界動向→競合・市場シェア→業界のサプライチェーン・バリューチェーン)→内部環境とテーマ分析(自社の強み、経営課題→テーマの設定)→仮説検証から提案(テーマにおける競合分析→ビジネスモデルの仮説設定→テーマの打ち手とロードマップ提案)となる。内部環境分析、仮説検証の場面で主に知財情報が活用され、新興国のローカル情報を活用するのであれば、外部環境分析の中で何かできないか、と考えている。</p> <p>経営トップは技術畑出身なので、知財についてある程度の知見はあるが、技術者寄りの目線もある。経営面でも、新しい研究テーマをどう探してくるか、そこに先行投資していきたい、といった話が出る中で、知財情報を活用できるのではないかと、知財部側からIPL活動を仕掛けている。</p> |

表 9 業種別ヒアリング調査表（機械）

| 項目   | コメント  |
|--|---|
| <p>(1) 新興国等における知財情報活用の現状</p> <p>(i) 新興国市場と知財</p> | <p>成長市場としては重視されているのに比し、知財面では、必ずしも積極的な知財活動が展開されているわけではない。</p>  |
|  | <p>日米等主要な市場で販売実績のある製品であれば、新興国市場に展開するにしても、同市場における知財リスクは低いと考えている。</p>   |
|  | <p>国内と新興国で必要な情報に大きな違いはないと考えている。また、新興国においては、国内程、販売シェアがなく、模倣品が出てくるのはある程度販売してからとなる。販売してから模倣品の調査が必要となってくるという点は異なるかもしれない。</p>                                |
|  | <p>市場以外に、知財上どの国に着目するか、重視するかの判断は、各国の知財法の整備状況や活用のしやすさを考慮し、コンペティターの事業特性から見極めをしながら決めていくことになる（例えば、競合企業との戦いにおける知財上の重要国の判断等）。知財のソースをどのように投入したら効果があるかを見ている。</p> |
|  | <p>現地に進出しているワールドワイドな企業、現地のドメスティックな企業、いずれも該当する。重要な市場については、現地のドメスティックな企業も把握するようにしている。</p>   |
|  | <p>新興国市場に投入する製品は、日本国内で公知となっており、新興国での権利取得は難しい。よって、事業開始時も知財部門で独自に簡易的な調査を行ったのみである。</p>   |
|  | <p>知財方針としても、同地域における知財権確保やクリアランスも非常に重要な業務として捉えている</p>  |
| <p>(ii) 新興国における知財情報活用</p>                        | <p>新興国における知財活動は、FTO 対策がメインである。FTO 調査では、ワールドワイドデータベースで競合他社の状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報にあたる。</p>   |
|  | <p>FTO 等のミクロ分析が主体で、新興国を対象とした動向分析や IPL 等のマクロ分析は不実施・未実施である。</p>   |
|  | <p>調査する前の段階で、当該地域での知財リスクを気にしなければならない状況に置かれていない限り、現地知財情報の精査までは行わない。この業界で、東南アジア等固有の地域に集中して出願を行う競合他社はいないため、ワールドワイドデータベースの調査結果の範囲内で、対応を決めている。</p>           |
|  | <p>グローバルデータベース調査を実施し、リスクとなる知財を発見しても、ASEAN 諸国にファミリーを有するケースはほぼない。このように、ASEAN 諸国での知財リスクは低く、費用対効果（同地域での知財の実効性）を考えると出願するメリットがない。</p>                         |
|  | <p>マクロ・ミクロ両分析により、競合他社動向を分析している。</p>   |

|                              |  |
|------------------------------|--|
|                              | <p>ニーズ把握・探索を目的とした知財情報による調査は行っていないが、想定されるニーズに対し、他社がどのような特許を出願しているか、といった調査は行う。</p>   |
|                              | <p>ファミリー情報だけの検索では不十分と感じている。動向調査等では構わないが、FTO 調査等になると十分とは言えない。様々な商用DBも探してみたが、新興国の知財情報に関しては、どのDBも印象は同じである。</p>  |
|                              | <p>新興国で特許権を取得しても現地語の公報が読めないため、特許権の内容が権利行使できるものかどうかわからない。そのため、新興国地域では、商標権が最も大事であり、次いで意匠権、最後に特許権であると考えている。</p>   |
|                              | <p>各社の課題解決の取組みから開発のヒント等を得るために、情報を活用しているところもある。</p>   |
|                              | <p>意匠権を定期的にウォッチングはしていないが、知財の出願件数が少ない企業で、特許等で情報が取れない場合に、意匠を調査・確認することがある。但し、イレギュラーな取組みである。</p>   |
|                              | <p>基本的には市場調査から入って、販売量の多い製品を特定してその製造会社等をキーワードとして調べるなど、絞って調べる流れとなる。</p>  |
| <p>(iii) 新興国知財調査の限界と割り切り</p> | <p>調査に限界があることを前提として、調査を実施。複数のデータベースの併用も、調査精度向上のための選択肢の一つである。</p>   |
|                              | <p>情報の信頼性に関しては、取得できた情報の中で、割り切って見ていくしかないと考えている。動向分析の中でも、相対的な変化や時間軸での変化等による分析であれば、データ収録率で多少の問題はあっても、ある程度の把握はできる。データベースで対象案件がヒットしないことがあるが、それに気づくことは難しいので、潜在的なリスクが発生してしまっている可能性がある、という認識である。</p>     |
|                              | <p>新興国での目指すような知財情報の活用は、情報の精度や整備状況を考えると難しいのが現状である。各国での各プレイヤーの出願動向等といったマクロ分析や、個別の権利範囲といったミクロ分析は可能だが、特許分類による分析等、ミドルレンジの細かさの分析が難しい。必要な特許分類はすべて付与されているのか、付与されている特許分類で正しいのか、そのあたりの整備状況が十分ではないと感じる。</p> |
|                              | <p>各社ウェブサイト等で新製品情報等は確認しており、関連する知財情報等を取得したいが、製品リリースの直前に出願がなされる傾向等により、取得は困難である。</p>  |
|                              | <p>DBで調査可能な範囲・限界を示し、どうするか（より費用をかけて、各国代理人等に調査依頼をするか否か等）を事業部に投げかけたことはある。状況説明を行い、理解を求めている。</p>  |
|                              | <p>新興国の知財情報調査に関しては、現地特許庁のDBを利用していている。基本的に現地にそれだけの技術はないものと考えており、まずはグローバル出願のファミリーとしてあるかを調べ、対応する特許を現地知財庁のDBで調べる。対応する特許がない場合は、現地代理人に調査を依頼する。</p>   |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>FTO 絡みのスクリーニング調査で引っかかった案件は、R&amp;D 部門や知財部門の関係者が集まり、より詳細なレビュー、深掘りを行う。そのための知財情報の活用は行われている。</p>   |
| <p>(iv) 知財情報活用の社内浸透</p>   | <p>英語文献であれば特に支障はなく、注目している企業はグローバルメーカーのため、EU 等にも出願しており英語文献が入手できるため困らない。ローカル企業は特にウォッチ対象としていないが、今後ローカル企業が対象となってくれば、現地語の問題も発生してくるかもしれない。</p>  |
|   | <p>知財に対する認識が強いトップも存在する。</p>   |
|   | <p>経営層向けには、マクロ的な統計情報として自社と他社の技術分野別の出願比較等を提示している。事業部門向けには、事業部全体の製品・技術動向や他社の権利取得状況を見せることで、今後の開発指針やライセンスの判断などに役立ててもらっており、研究開発への活用に重点を置いている。また、知的財産担当と密接にかかわりがある開発部門には、関連技術分野の国内外の他社特許公報を毎月回覧している他、開発担当者に対する知財セミナーや競合他社のパテントマップの提供などを行っている。</p>   |
|   | <p>メインは研究開発の R&amp;D になる。今後実施予定の事業に係るリスクや先行する競合等の取組みについて情報提供する。経営戦略・判断、事業戦略に関しては M&amp;A やデューデリ、FTO の観点等がある。また、経営の意思決定に資する知財活用のケースとしては、次のようなイメージがある。ある事業に関連し、リスクとなる他社知財の存在を発見した。現在の事業の状況・規模に対し、この知財のライセンス費用はこれ位の規模が想定されるが、この段階でリスクヘッジをするか否かを判断する必要がある…。といった具合に、インパクトのある他社知財に対し、事業との関係でどう考えるか、等の議論をすることで、経営の意思決定に繋がってくる。</p> |
|   | <p>主要国と国内に関しては、SDI の調査結果を毎週、開発部門に提供しており、情報のアップデートをしている。これら情報を見ることが習慣化している人もいれば、時間がある時に見る人もいる。また、ほぼ毎月、開発部門の人達にヒアリングを行い、発明に対する特許可能性等の調査ニーズ収集や、特許になりそうな技術・発明のサゼスションのような取組みを行っている。これら取組みの過程で知財情報も活用されている。</p>   |
| <p>知財情報活用の 3 つの方向性、いずれにも対応していきたいが、ウェイトが高いのは「R&amp;D 戦略」である。「経営戦略・判断」「事業戦略」については、提案していくためのルート・手法を開拓中の段階。知財情報は R&amp;D 部門に近い情報であるが、事業・経営部門向けには、知財情報をさらに昇華させ、事業戦略や経営判断に資する情報にしていく必要があり、難易度が高い。以前から R&amp;D 部門とは活用で連携を図っているが、対して、事業・経営部門に関しては、知財情報を活用しての議論等を行っているものの、R&amp;D 部門と比べると、その取組みの歴史は浅い。</p> |   |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
|                                   | <p>「経営戦略・判断」「事業戦略」「R&amp;D 戦略」3方向全てとなっている。「経営戦略・判断」に関しては、経営者に納得してもらえ競合を分析し、当社の強み、弱みを可視化した上で、当社がどのような分野で、どのようなポジションなのかを伝えられるように努めている。「事業戦略」としては、競合他社の製品情報であり、「R&amp;D 戦略」については、競合他社の具体的な製品の機能について情報提供をしている。</p> |
|                                   | <p>経営関連の情報が以前より早く取得できるようになり、そこに知財情報を使えないかといった要望がしやすくなる等、より戦略の方に知財部門が入り込めるようになった、という変化は見られる。</p>  |
| <p>(v) 商標の活用・調査</p>               | <p>商標権としては、ハウスマークは重視、各製品名までは注力していない。</p>   |
|                                   | <p>商標は東南アジア地域で取得している。模倣品対策として、ロゴマークは多くの国で取得しているが、トレードマークについては、主要国等一部の国・地域での取得に限られる。</p>  |
|                                   | <p>模倣品対策等の知財活動では、特許より商標を活用することが多く、商標が重視される。</p>  |
|                                   | <p>商標の知財情報の活用・分析等はあまり行われていない。製品のネーミング案に対する調査依頼等はある。</p>  |
|                                   | <p>商標については、ロゴ等が引っかけると輸出できなくなってしまうため、営業戦略の中でどの国に販売したいのかを決めて、その国で商標が出願されていないかを調べる。特に人の名前で出願されているケースもあるので、気を付けている。</p>  |
|                                   | <p>商標の調査は、WIPO や欧州・米国の DB を活用し、それらの調査結果を基に使用可否や出願等の判断をしている。</p>  |
| <p>(vi) アライアンス</p>                | <p>グローバル企業との協力はあがるが、新興国企業との協力は今のところない。関係構築にあたり、当社知財が侵害をしていないことの確認や侵害補償は求められるが、それ以外では知財に関する条件付け等はない。</p>  |
|                                   | <p>用途と技術のマッチングのために、先進国の知財情報を活用している。新興国の知財情報も活用できるものはしていきたいが、技術に対するニーズの把握等、先程も触れたように、ミドルレンジの分析は難しい状況である。</p>  |
|                                   | <p>知財情報の活用としては、各知財のリスク分析結果や、買収先の知財の価値判断等が、経営判断にも繋がってくるという要素が大きい。</p>   |
| <p>(vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用</p> | <p>非知財情報の活用に関しては、市場情報は販売台数、研究開発費、営業利益率を見ながら競合分析をしている。また、発明に対する出願数も、研究開発費と照合することで、研究開発の裏付け情報にもなる。論文に関しては、定常的に見ることは少ないが、見てはいるといった状況である。</p>  |
|                                   | <p>知財情報を、市場動向等 非知財情報の補完情報としては活用していない。</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>製品企画の担当者が現地訪問してニーズを探っている。どのように商品として流れているのか、こういった金額で売られているのか、そういった知財情報以外のところから入っていく。ある程度どのように売られているかが把握できてくれば、その後知財情報が必要となってくると思われる。</p>  |
|  | <p>ASEAN 諸国については、得られる知財情報が少ないことから、現状では、ウェブサイト等非知財情報から得られる情報が多いのではないかと感じる。ウェブサイト上での他社のリリース情報や、政府関係の法制度・規制関係の情報は非常に参考になる。先進国では通常、知財情報を用いて、これら情報の裏付けを行っていくが、ASEAN 諸国については、そこが難しく、非知財情報ベースに近い分析となる。</p>                                     |
|  | <p>特許の無効に関し、非知財情報を扱うことはあるが、当社の事業分野はノウハウが主体で、論文はまずない。ブラックボックス化されている。</p>   |
| <p>(2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題</p> <p>(i) 現在の知財情報活用の進展</p>             | <p>J-PlatPat への東南アジア知財情報のデータ格納もお願いしたい。ニーズはあると思う。検索による特許調査ができればもちろん良いが、少なくとも、登録になった特許の請求範囲、生死情報等の権利状況がわかれば、かなり使えると思う。知財庁データベースで感じる言語面や機能面等による使い勝手の課題等を、J-PlatPat で解決してくれると助かる。</p>   |
|  | <p>ASEAN 地域のローカル知財情報でも、公報の収録が充実していれば、積極的に知財情報を活用したいと考えている。仮に先進国からの出願ばかりだったとしても、その国で何をしようとしているのか、競合他社に限らず幅広く見ていくことで、その国自体の動向を把握できる。情報さえ充実していれば、活用する価値はある。</p>  |
|  | <p>実効性のある模倣品対策となるよう、訴訟制度が整備されていること、納得のいく判断を下してくれること等が重要である。</p>   |
|  | <p>英訳ニーズに関しては、タイトル位は英文でほしい。クレームは機械翻訳にかけられるよう、コピーアンドペーストが可能な文字データがほしい。それが難しいのであれば、英語か日本語のクレーム情報がほしい。知財庁 DB も、Espacenet のように、Google 翻訳がかけられるようにすれば良いのではないかと。いずれにしても、クレームのデータはほしい、せめて第 1 クレームだけでも。できれば実施例等も。要約は内容の信頼性に疑問があるため、優先順位は低い。</p> |
|  | <p>知財情報については、収録率やステータス情報の信頼性をあげてほしい。どこまで収録されているのか、どこまで信頼がおけるのかを明示していただき、客観的にわかるようにしていただきたい。信頼性の高い情報を東南アジア等の地域単位で、包括的に検索・確認できるような体制を構築してほしい。ワンポータルドシエで、各知財庁情報がワンストップで取れるのは有難い。</p>   |
| <p>現地知財庁の DB は、現地語では読めないため、せめて英語にしてほしい。また、最低限抄録と図面は全て備えてほしい。</p> |   |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>一部の国の知財庁のDBが、その国の国籍を有する人しかアクセスできないようになっているため、他社公報や自社出願のリーガルステータス等を日本から確認できない。国籍に限らずリーガルステータスの確認をできるようにしてほしい。</p> |
| <p>(ii) 新たな知財情報活用の取組み</p> | <p>知財は守るよりも攻めるためのものであり、他社に刺さる価値、他社が事業をできない権利が必要だと考えている。</p>   |
|                           | <p>他社動向の分析を通じ、自社のポジション等を把握し、それを踏まえ、どこにリスクやチャンスがあるのかを明らかにし、そのチャンスを活かすことによりビジネスで勝てる、そういったストーリーを作るケース等がある。</p>         |
|                           | <p>製品情報から関連する特許出願を推測し、それに対する回避策を検討するといった取組みは行ってみたい。</p>   |

表 10 業種別ヒアリング調査表（電気）

| 項目  | コメント  |
|---|---|
| <p>(1) 新興国等における知財情報活用の現状</p> <p>(i) 新興国市場と知財</p>  | <p>成長市場として重視されている。</p>  |
|   | <p>現地法人からは、知財権の行使に関する行政側の対応が不十分であったり、現地企業に知財を尊重する意識が希薄であったりという実情があり、これまでのように積極的に出願等に費用をかけていくことは難しいと感じている。</p>   |
|   | <p>知財調査は国によって差異を設けているわけではなく、いずれの国でも、マクロ調査から入りミクロの調査に進む。</p>   |
|   | <p>知財に関しては、事業に対する投資と比べると、限定的な費用となるため、事業進出していない国にもこれまで積極的に出願は進めていた。しかしながら、英語での対応可否といった言語面、審査期間の長さ、現地語への翻訳等の費用負担面、現地企業の知財尊重といった知財権の実効性等において、新興国間において差があり、コストパフォーマンスの点から、知財活動が見合わないと感じる国もある。</p> |
|   | <p>新興国・先進国を問わず、より高度・より深い調査・分析を実施するには、知財情報だけでは限界があり、市場情報との組み合わせで初めて実現する。しかしながら、新興国に関する情報、例えば文化、制度、法規制等を正確かつ容易に把握することは、先進国の情報と比べて難しい傾向がある。</p>  |
| <p>(ii) 新興国における知財情報活用</p>   | <p>新興国の中には、知財情報がデジタル化、アーカイブ化されていない国もある。</p>   |
|   | <p>新興国だから特にとという事はなく、世界中満遍なく知財情報の活用は行っている。国によって規制、補助金制度や、ユーザーニーズも異なることから、その国のニーズに基づいた新たな気付きや仮説の裏付けの提供や、次の行動や注意喚起を促すような調査分析に資するべく、市場情報に加えて知財情報も活用している</p>                                       |
|   | <p>特許情報から現地ニーズを探ることはある。各企業が東南アジアに開発拠点を置いている場合、現地で出願されていることがあるため、本国出願からの移行ではなく、現地出願に絞った時にどのような傾向があるか見ることはある。</p>   |
|   | <p>まずは市場やビジネスモデルについて検討した後に、知財を活用してどのようなエビデンスにできるか、という観点で知財情報を活用している。</p>  |
| <p>消費者保護法等が整備されていない新興国では、事業環境に合わせたローカライズは行っているが、特許権は各国で共通する技術的な要素を権利範囲にするよう取り組んでいる。</p> |   |

|                              |  |
|------------------------------|--|
|                              | <p>商標は、特許よりもはるかに多くの国に出願されており、かつ、登録期間も特許より長い権利でもあるため、会社名等の重要な商標の場合、何十年も前に世界各国に出願していることがある。その当時の出願担当者や出願の代理人等が既におらず、記録等も残っていない場合があり、必要な国に漏れなく出願されているのか、必要なニースクラスを全て指定できているのか、登録国漏れ・指定クラス漏れがあったときに、出願当時どのような理由でその国・クラスに出願しなかったのか、あるいは出願したが登録できなかったのか、といった点を正確に把握できておらず、その見直し（棚卸し）手段として商用 DB が利用されている。特に新興国の情報に絞って調査したいということではなく、新興国も含めてグローバルに情報を入手したいという要望が中心となる。</p>                             |
| <p>(iii) 新興国知財調査の限界と割り切り</p> | <p>東南アジア地域の特許情報については、特定の商用データベースが充実しているという事は分かっているため、複数のツールを併用しつつ、当該商用データベースでこれ以上情報が取れないのであれば仕方がない、という線引きで判断している。また、各海外拠点の担当者が現地語で調査ができるように、駐在員が現地語のツールを使った調査方法の教育を行っている。本社側では、大きな方針を示すための俯瞰レベルの調査分析を行うのみであり、個別の出願や現地での課題調査レベルについては、現地海外拠点で調査を行うこととしている。また、本社側からワールドワイドの商用 DB の利用も提供しており、現地語 DB と併用している。</p>   |
|                              | <p>FAX 時代の図形商標等に関しては、コピーやスキャンを何度も繰り返された解像度の低い画像や、斜めになってしまった図形、コピーやスキャン等の際のガラス面の汚れごと登録された図形、スキャンの際のトリミングミスで関係のない文字が図形に入ってしまう、結合商標として登録された権利、縦横比（アスペクト比）がずれて本来より縦長・横長な状態で登録されてしまった図形商標など、色々と問題が発生していることがある。出願人側は、出願書類の控えを当然持っており、現地代理人からもその内容で出願した旨の報告を受け、安心していましたが、現地の特許庁で発行された公報では違う形で登録されてしまっていた、というケースが、何十年もたった今になって商用 DB の利用により発覚したケースもある。公報の入手が難しい国ほど、自社の出願とパブリックな登録内容のダブルチェックのニーズがある。</p> |
|                              | <p>調査に限界があることを前提として、依頼元と認識を共有の上、調査を実施。複数データベースの併用、外部発注等によるフォローの実施も選択肢の一つである。</p>   |
|                              | <p>新興国では DB が完備されておらず、言語面での問題もあるため、ほとんど調査を行っていない。自社出願の際、権利化のための調査を行う程度となる。</p>   |

|  |   |
|--|---|
| <p>(iv) 知財情報活用の社内浸透</p>                              | <p>これまでは知財は事業化後に取り組むものであったが、現在は事業計画段階から、事業形態に応じた標準化知財戦略を立案し、標準化を見据えた規格特許・必然特許、他社牽制特許などを効率よく出願する戦略的な標準化知財活動に取り組んでいる。先を見据えた俯瞰調査等も実施しており、今後このような分野・地域で実施すべき調査テーマ等を提案し、事業部と議論している。</p>  |
| <p>(v) 商標の活用・調査</p>                                  | <p>創業当初より、経営戦略の一環として知財戦略を考えている。業界標準等に関する技術動向と絡めて、自社の知財がどのように活かせるかといったアドバイスや、今後の技術開発の方向性の提案等も行っている。単なる情報提供ではなく、事業に自社の強みをどう展開したら良いかを提案することを意識している。また、事業部門や研究開発部門に対しては、自社の持つ権利を他者との差別化にどう用いるか、また、他社権利の回避方法等について情報提供を行っている。</p>   |
| <p>(vi) アライアンス</p>                                   | <p>模倣品対策等の知財活動では、特許より商標を活用することが多く、商標が重視される。まずは商標や意匠を確実に出願するようにしている。</p>   |
| <p>(vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用</p>                    | <p>新興国における知財に関しては、特許よりも商標の方が、重要度が高い。</p>  |
| <p>(2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題</p> <p>(i) 現在の知財情報活用の進展</p> | <p>知財情報というよりは、顧客候補・パートナー候補の経営戦略や想定課題と言った事業的な情報の方が有用であり、IR情報や営業ルートから得た生の情報を主に活用しており、知財情報はあまり活用していないのが実態である。</p> <p>現地ニーズ等の取得手段として、非知財情報を活用している。</p> <p>先を見据えた俯瞰調査等も実施しており、今後このような分野・地域で実施すべき調査テーマ等を提案し、事業部と議論している。</p> <p>知財情報に限ると、そもそもASEAN各国の法整備・条約加盟状況が統一されておらず、どのように出願するかを国ごとに検討する必要がある。また、DBの収録項目、収録タイミングにもばらつきがあり、新興国特有の調査ノウハウがないと調査分析ができない。DBの充実化や主要国との収録状況の統一化が進むと調査品質も向上し、調査機会は増加する。</p> <p>新興国の知財情報における言語面の問題としては、出願人や企業名の名寄せ作業が大変なため、現地知財庁には出願人名等のみでも英語表記を義務付けるようにしてほしい。また、要望として主なものは、図形商標に対するAIイメージサーチがある。</p> <p>新興国知財庁に対しては、デジタル化とアーカイブ化の2点に取り組んでほしい。</p> <p>知財コンプライアンスで最も重要なのは、他社特許を踏まない、という事であり、その際にDBが不十分だと事業部が製品を出して良いのか判断に困ってしまう。他社権利の侵害回避のためにも、DBの充実を強く希望する。</p> |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>現業に関する知財ポートフォリオは、ほぼ構築が完了している。今後は派生的な事業展開等も含めて進めていく予定である。</p>   |
| <p>(ii) 新たな知財情報活用の取組み</p> | <p>特にシンボリックなものとして、意匠を俯瞰分析していくと、その国で好まれるデザインや色といった傾向を把握できる。</p>  |
|                           | <p>本国出願からの移行ではなく、現地出願に絞った時にどのような傾向があるか見ることはある。その地域に特化したニーズや課題があるため、それをチェックしている。特許から、グローバルで使えるものではなく、ローカルなニーズであることを把握することはできる。ただし、特許の場合若干のタイムラグがあるため、現地の駐在員が直接営業部門等から情報を得ることの方が多い。</p>   |
|                           | <p>どの商標をニースクラスの何類で出願しているのか、指定商品や役務は何か、といった点を見ていくと、競合企業が次にどのようなビジネスをどの地域や国で展開していこうとしているのかを推測できる。商標は特許よりも公開が早く、また、権利行使の難しさや費用等の様々な理由で特許を出願しない国でも、税関等での差し止めを行いやすい商標は商品やサービスが流通する可能性のある国では漏れなく出願する、という判断をする企業は多い。そのため、競合企業の商標出願動向を調べることで、特許情報では見えてこないものが見えてくる可能性がある。商標データを利用したランドスケープ分析に取り組み始めている企業もいる。</p> |

表 11 業種別ヒアリング調査表（日用品）

| 項目   | コメント   |
|--|--|
| <p>(1) 新興国等における知財情報活用の現状</p> <p>(i) 新興国市場と知財</p> | <p>東南アジアでは、商標の件数は事業規模に比して相対的に多い。ただし、国数が多いことが理由でもあり、同地域で特別に知財活動に注力しているというわけではない。東南アジアには製造拠点が複数あるため、その観点で知財保護を検討することもある。</p>   |
|  | <p>ASEAN 地域はまだ特許訴訟に対応した法整備等もされていないこともあり、現状では、特許出願の必要性がないと感じることもある。但し、新興国の中には市場として大きく、かつ、現地の競合企業がいることから、その対策として出願を行っている。また、同国には、修正実体審査の制度があり、日本の実体審査結果で登録ができる、中間応答も少なく費用がかからないといった点も理由として挙げられる。</p> |
|  | <p>新興国における知財活動は、FTO 対策がメイン。ワールドワイドデータベースで競合他社の出願状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報の調査にあたる。</p>   |
|  | <p>現地特有のニーズはあると思うが、新興国ではローカル企業による自国での特許出願が少ない場合もあり、特許情報からニーズを把握することが難しいケースもある。</p>   |
| <p>(ii) 新興国における知財情報活用</p>                        | <p>FTO 調査をメインに調査をしている。</p>   |
|  | <p>個別の製品を各国市場に投入していくにあたっては、東南アジアを含め、知財リスク対応のため、事前の知財調査（主に商標）は行っている。</p>  |
|  | <p>知財情報の分析・活用は、新興国では個別リスク調査・権利化・オンライン模倣品対策が主となっている。トレンドの変化が激しい事業特性上、知財情報の分析から事業の方向性を導くよりは、流行を素早くキャッチして、できるだけ早く経営判断を行ったり、商品・サービスに反映していくことに、経営層も軸足を置いている。</p>  |
|  | <p>新興国地域は、出願や権利化を進めることがどれだけ有効なのかを十分に検討した上で、その知財戦略を定めていく方向にシフトすべきだと考えている。</p>   |
|  | <p>新興国を対象とした調査では、競合が各国でファミリー出願しているかどうかを確認する程度である。今後、新興国各国のローカル企業が台頭し、訴訟できるレベルにまでなることがあれば、対応も必要となるだろう。</p>  |
| <p>(iii) 新興国知財調査の限界と割り切り</p>                     | <p>調査に限界があることを前提として、調査を実施。複数のデータベースの併用も、調査精度向上のための選択肢の一つである。</p>   |
|  | <p>ASEAN 等新興国については、商用 DB に収録された特許の収録状況や正確性について不安がある。現地知財情報に関し不安がある場合は、現地代理人によるマニュアル調査を実施している。</p>  |

|                         |   |
|-------------------------|---|
|                         | <p>まずは各国知財庁や民間 DB での調査を行い、類似性が高い場合のみ、現地代理人に依頼している。本来、国ごとに類否判断があるはずだが、商品点数・サイクルを考えると、全てを厳密に調査してはコスト・時間ともに合わないため、割り切っている。</p>                     |
|                         | <p>現在は検索 DB も大分整備されてきており、出願前に検討することができるようになった。</p>  |
|                         | <p>自社案件のステータスについては、各国知財庁 DB で確認をしている。知財庁によっては、DB の収録が遅いので、ステータスの確認までに時間を要する。一方、比較的ヒットすると感じている知財庁もある。</p>  |
| <p>(iv) 知財情報活用の社内浸透</p> | <p>知財に対する認識が強いトップも存在する。</p>   |
|                         | <p>知財部門が他部門とコミュニケーションを通じ、調査の実施・調査結果の活用等、知財情報活動を活性化している。</p>   |
|                         | <p>R&amp;D に関しては、開発部門にも、もう少し知財情報に興味を持っていただき、他者公報等も読んでもらうことが今後の課題である。新製品の出願相談はあるが、知財情報から何かを生み出すまではいっていない。</p>                                    |
|                         | <p>知財部門が事業部門等に本製品の情報を取りに行き、商標等の調査を通じ、知財取得のポイント等を提案し、権利化に繋げていく。これにより、製品がヒットした際、事業部において他社による参入抑止に活用できた。</p>                                       |
|                         | <p>知財部門が他部門とのコミュニケーションを通じ、知財情報の調査結果の活用等、知財情報の社内活用の浸透を図っている。</p>   |
|                         | <p>キャラクターなどの IP を軸に事業拡大を進めるのがグループの経営方針である。一方、事業そのものの中にも多くの知的財産があるので、それらを上手く発掘・保護して競争力を強化する戦略を提案していくことが、知財部門が持つべき機能、知財部門としての組織のあり方の一つと考えている。</p> |
|                         | <p>経営層は、創業以来、自社ブランド・自社製品を守ることへの思い入れが強い。特に模倣品対策に強い関心がある。</p>   |
| <p>(v) 商標の活用・調査</p>     | <p>商標権としては、ハウスマークは重視、商品シリーズ名なども個々の事業に則した保護を推進しているが、個別の各製品名までは注力していない。マドプロ出願を活用している。</p>   |
|                         | <p>新規地域への進出時において、改めて調査を行う。</p>  |
|                         | <p>商標に関しては社名を新興国すべての国で登録しているが、製品名に関しては、すべての国で出願しているわけではないが、今後の市場となりうる一部の国への出願の必要性も感じている。</p>  |
|                         | <p>商標は侵害防止を目的とした調査はしている。また、模倣品が多いため、模倣品対策に重点を置いた商標・意匠出願に力を入れている。</p>  |

|                            |  |
|----------------------------|--|
| (vi) アライアンス                | 他社とのコミュニケーションから生まれる新商品、開発も行っている。   |
|                            | 海外進出する上で知財情報も参考にする一例として、協力先の企業の知財権について、共願があればその相手企業についても調査を行った。  |
| (vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用 | 知財部門でも知財情報の調査を実施している。学術文献、市場情報の専門部門（開発、マーケティング）でも調査・活用を行っている。  |
|                            | 現地ニーズ等の取得手段として、非知財情報を活用している。   |
| (2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題      | 新興国については技術動向調査としての活用ではなく、侵害しているものはないか、という観点での調査に利用している。対応特許の出願有無を調べようとしたときに、優先権主張番号やキーワード、分類を入れることで、より詳細な検索ができれば良い。特に審査経過情報、登録情報等がわかるならば、現地知財庁データベースを使いたい。 |
|                            | ASEAN 諸国はミクロ的には取れる情報が少ない、アップデートが遅い、翻訳がされていない等、情報が取りづらくハードルが高く、割り切りで調査を終了させているところもあるので、何らかのサポート等があると有難い。新興国知財庁側の情報公開・発信が強化・改善されれば、ユーザー側の利用可能性も高まると考える。      |
|                            | 問題点としては、IPC で区切れない、現地語しか検索ができない等あるので、今後、データの収録率が高まることも重要である。   |
|                            | 国によって規制、補助金制度や、ユーザーニーズも異なることから、その国のニーズに基づいた新たな気付きや仮説の裏付けの提供や、次の行動や注意喚起を促すような調査分析に資するべく、市場情報に加えて知財情報も活用している。  |
|                            | 商標調査からは、今まで知らなかった企業や、人気のあるネーミング等に気付くことがある。知財の出願等から国民性が見えてくることはある。また、模倣品の調査を通じ、現地企業や現地工場の情報を取得・提供することもある。   |
| (ii) 新たな知財情報活用の取組み         | 加工技術については、技術力のアピールとして進めている。広告宣伝費に比べれば、特許出願は割安ということもあるし、他者牽制にも繋がる。  |
|                            | 世界各国の税関が商標について重視してきていると感じる。また、大手小売りも、メーカーに対し商標のクリアランスを求めてくるケースが増えてきていると感じる。模倣品対策というより、コンプライアンスとして普通に求められてきている。   |

表 12 業種別ヒアリング調査表（サービス産業）

| 項目   | コメント   |
|--|--|
| <p>(1) 新興国等における知財情報活用の現状</p> <p>(i) 新興国市場と知財</p>   | <p>成長市場としては重視されているのに比し、知財面では、必ずしも積極的な知財活動が展開されているわけではない。</p>   |
|  | <p>知財が一つのピースとして重要、というケースはよくある。また、今まで知財に重きを置かれていなかった業界でも、知財に目を向け始めているケースもある。</p>  |
|  | <p>中国が減速傾向にある中で、相対的に東南アジアのポジションは上がってくると予想されるので、この地域をしっかりと押さえ抜いていくことが、事業戦略上重要と考えている。但し、国によりその重要性には濃淡がある。</p>  |
|  | <p>新興国市場には製造拠点や販売拠点がそれぞれ複数あることもあり、特許・意匠・商標の出願や、これらに関する FTO 調査、産業財産権の分析を実施することがある。</p>  |
| <p>(ii) 新興国における知財情報活用</p>  | <p>新興国における知財活動は、FTO 対策がメインである。FTO 調査では、ワールドワイドデータベースで競合他社の状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報にあたる。</p>  |
|  | <p>そもそも新興国においては産業財産権の国内出願件数が比較的少なく、また、当社の取り扱い商品自体もあまり複雑な構造ではないため、重要な商品を除いて FTO 調査はあまり実施しないし、出願前調査も実施しない。また、グローバル環境においての主な競合先は日米欧のグローバル企業と捉えており、新興国のローカルな企業も事業上競合していて動向を把握する対象にはなるが、個別具体的にこれらの会社まで調査対象としてカバーするかどうか、費用対効果の兼ね合いもある。</p> |
|  | <p>意匠出願に関しては、ASEAN の国は多くがハーグ協定に加盟しておらず、したがって出願に手間がかかってしまっている。また、各国ごとに細かいルール（斜視図の要否、点線の取扱い、等様々）が存在するため、出願したはいいがローカルルールを理由に拒絶され、出願費用が嵩むといったことがある。実務的に、各国制度の共有点と相違点が整理されている資料があると非常に有難い。</p>  |
|  | <p>マーケット情報や技術トレンド情報等に関しては、どうしても忖意性が入ってくるが、特許情報は忖意性が排除されており、客観的な情報として見ることができるので、両者を活用し、事業家の視点と、知財情報から提供する視点、双方の視点を持つことにより、投資において有用な判断がなされる、ということによく言われる。</p>  |
| <p>新興国における知財活動は、FTO 対策がメイン。FTO 調査では、ワールドワイドデータベースで競合他社の状況を把握し、詳細分析の必要があるケースについて、新興国における知財情報にあたる。</p> |  |

|                            |   |
|----------------------------|---|
| (iii) 新興国知財調査の限界と割り切り      | 新興国においては知財情報が入手しづらいことから、一つ一つの商品に対してミクロな分析は行えない。競合他社はどの国を注視しているのか、といったマクロな動向分析を行うことはある。  |
|                            | また、調査に絞っていうと、新興国は調査の精度が落ちる。例えば意匠権であれば、日本意匠分類のような詳細な分類付けがされておらず、ロカルノ分類では件数が多くなり過ぎて調べきれない。精度が落ちる要因として、ロカルノ分類の粗さが挙げられる。  |
|                            | 進出先で知財を取得していないケース等でFTO調査を実施し、知財の取得を後押しする上で、動向調査も含めて実施することはある。   |
| (iv) 知財情報活用の社内浸透           | 知財部で能動的に動く取り組みとして、IPLに取り組み始めている。コーポレートガバナンスコードの改訂等もIPLに取り組む契機となった。  |
|                            | 意匠に関しても特定の物品に対してクリアランス調査は行うが、詳細な分析は行わない。  |
|                            | コーポレート部門へ知財の重要性をプレゼンすることもあり、そこから経営層への知財の意識を高めることも進めている。   |
| (v) 商標の活用・調査               | 特許を強みにし切れてはならず、特許起点・当該特許を活かすという視点から事業を立ち上げるケースはほとんどない。但し、事業創出の検討過程における知財情報の活用可能性等は感じることもある。   |
|                            | 侵害品についてはどの地域でも対処することになっている。新興国では、主にECサイト上で侵害品を発見することが多い。特許権や意匠権の侵害品発見のために自社で調査を行うことはないが、商標に関してはアウトソースを利用して調査する部分が多分にある。意匠に関しては、社内情報提供や顧客からの情報提供に頼っているのが現状である。 |
| (vi) アライアンス                | ある程度どの国でどのようなブランドがあるのか、ハウスマークだけ権利を取っているのか、ペットネームまで取っているのか、ファミリーネームはどうか、などといった視点での分析は行っている。  |
|                            | 「こういった技術があったら世の中を変えるのでは」といった事業部の思いに対し、一緒に技術をクリエイトできるようなパートナー企業に声掛けし、共同研究を進めるケースはある。   |
| (vii) 学術文献、市場情報などの非知財情報の活用 | 技術オリエンテッドな案件であれば、論文も含め技術情報をしっかりと精査するが、それ以外で論文を積極的に見に行く事業はそれほど多くはない。   |
| (2) 新興国等の知財情報活用にかかる課題      | FTO調査を行う上で、母数を減らすにはステータス、特に権利の係属・存続の有無で絞り込むのが効率的だが、その絞り込みができないデータベースの国が多い。  |
| (i) 現在の知財情報活用の進展           | 権利状況が一番確認したい点であり、日本のJ-PlatPatのようなクオリティで、各知財庁が情報を提供してくれれば、リスクの大きさが正確に判断できやすい。  |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>新興国における課題としては、情報が散在しすぎており、情報収集が大変なこと。なおかつ収集した情報が最新のものかを確認する手間もあるので、適切な情報が集約されていると非常に助かる。例えば、制度情報等を調べた時に、様々な場所でその国ならではの情報が掲載されており、その中には情報として古いもの、要するに法改正前の内容等も含まれていたりする。また、ASEANの国は大半がハーグ協定に加盟しておらず、日本出願の段階で、ある程度共通項の内容で効率的に諸外国にも出願していきたいが、それができない。各国ごとに細かいルール（斜視図の要否、点線の取扱い、等様々）が存在するため、出願したはいいがローカルルールを理由に拒絶され、出願費用が嵩むと言ったことがある。実務的に、各国制度の共有点と相違点が整理されている資料があると非常に有難い。新規性喪失の適用がされる国、されない国があるため、開発者に公開の是非を徹底するなど、デザイン戦略上の影響もある。ASEANに限らずかもしれないが、世界を俯瞰的に把握できていないのも問題と感じている。</p> |
|                           | <p>ASEANに限るかはともかく、同じ条件で同じ情報を各国バラバラではなく情報の粒度を揃えて提供してほしい。色々な国にまたがって活動しているので、同じ単位で比較できると有難い。</p>   |
|                           | <p>知財活用の3方向としては、中小企業にはリソースの限界があることもあり、経営戦略や事業戦略といったハイレベルでの活用ではなく、R&amp;Dでの活用がメインと感じている。どうしても、自社製品の技術の強みを、どのようにして高めていくか等に、フォーカスされがちである。</p>  |
| <p>(ii) 新たな知財情報活用の取組み</p> | <p>新興国ではないが、知財を有することによる税制上の優遇措置等がある。知財を有することで何らかの信用担保に繋がるケースもありえる。</p> <p>投資からの視点で特許権利があるというのは一つのステータスにはなり、信用の一つとなる。新興国ではないが、知財を有することによる税制上の優遇措置等がある。知財を有することで何らかの信用担保に繋がるケースもありえる。</p>   |

## V.委員会による検討

### 1. 目的

本事業の円滑な進行・実施のため、必要な検討・助言等を受けるべく、本調査に関して専門的な知見を有する学識経験者、企業関係者、コンサルタント等からなる委員会を設置した。

### 2. 開催時期・場所

以下スケジュールに基づき、本委員会を4回開催した。委員会は対面及びウェブ会議システムを活用したハイブリッド方式で開催した。

#### (1) 第1回

日時：令和6年10月3日（木）14:00～16:00

場所：特許庁10階会議室（10E01）及びウェブ会議システム（Teams）

議題：・本事業の概要紹介

- ・アンケート調査の実施報告と調査の方向性について
- ・ヒアリング調査の質問項目について
- ・ヒアリング調査の候補企業について

#### (2) 第2回

日時：令和6年11月8日（金）10:00～12:00

場所：特許庁5階会議室（5E01）及びウェブ会議システム（Teams）

議題：・ヒアリングの実施について（経過報告等）

- ・ヒアリング項目の検討
- ・ヒアリング対象の検討
- ・アンケートの追加分析について

#### (3) 第3回

日時：令和7年1月21日（火）14:00～16:00

場所：特許庁16階共用会議室及びウェブ会議システム（Teams）

議題：・全体の進捗

- ・ヒアリング結果報告
- ・調査結果を踏まえての検討

- ・調査報告書について

#### (4) 第4回

日時：令和7年2月17日(月) 14:00～16:00

場所：特許庁16階共用会議室及びウェブ会議システム (Teams)

議題：・提言案の検討

- ・調査報告書案の検討
- ・本調査事業の総括

### 3. 委員

本調査に関して専門的な知見を有する学識経験者、企業関係者、コンサルタント等、以下6名を本委員会委員として委嘱した。

◎野崎 篤志 株式会社イーパテント 代表取締役社長/

知財情報コンサルタント

井口 雅文 S&I International Bangkok Office 所長 日本国弁理士

中村 栄 旭化成株式会社 知財インテリジェンス室 シニアフェロー

中野 正也 株式会社ワールド・ビジネス・アソシエイツ 取締役副社長

早矢仕 真史 株式会社松永製作所 海外営業部 部長

米山 茂美 学習院大学 経済学部 経営学科 教授

※◎は委員長

※当初、委員長は米山茂美氏に委嘱していたが、諸般の事情により、第2回委員会より、野崎篤志氏が委員長を担った。

### 4. 開催内容等

各開催における主な審議の概要について、以下に示す。

#### (1) 第1回

- ・主な審議等 (アンケート調査の実施報告と調査の方向性について)
  - ・設問10「新興国知財情報を用いた調査・分析は、誰が主体となって実施していますか」で、「実施していない」というのが半数～7割の回答結果が出ているようだが、新興国における

FTOを完全に無視しているとは考えにくい。コストがかかるため、データベースでわかる範囲を調査している場合もあり、新興国だけに公開されている情報を別途調べることまではしていない、としている回答もあるだろう。アンケートからそれらを区別しているようには見えない。

・現地で研究開発をしている企業では、現地法人の研究者が現地知財庁の提供する知財情報をどのように検索するか、という場合と、日本の本社知財部が現地知財情報を調べる場合とでは熱意が異なる。ヒアリングで是非、問うてほしい。研究開発拠点が現地にあるのかないのかの切り分けをした上でのヒアリングもお願いしたい。アジャスティングするものについては現地で開発しているところが多い。そういった切り分けも踏まえた調査をしていただくと面白い。

(ヒアリング調査の質問項目について)

・ヒアリングでどのように整理していくのかが肝となっていくだろう。今、話があったように当該国に投資を判断すると言ったときに、判断材料は様々あり、整理しながら決定していくが、その国に進出して勝てるのか、企業の立場からはそう考える。そのあたりのビジネス環境がどのようになっているのか、それは特許のみでは見られない。進出できそうだと感じた時に、問題となる特許権はないか、侵害になり得ることはないか、という2点を投資までにしておかなければならない事である。2つのゴールを達成するために現地の情報として何が足りないのか、どんなツールがほしいのか、というまとめ方をしなければならぬ。資料5の「4.事例パターンの設定」がそういった立て付けになっていない。2項目の「経営判断、事業展開に資するとまではいかないが、～」そういった情報は不要である。調査することが目的になっている。企業というものは必ず、経営判断、事業展開に資するために調査をするので、この事例は知らない。必要なことをするために何がネックになっているのか、情報のソースなのか、ツールなのか、といった整理の仕方でヒアリングを通してまとめていければよい。ヒアリングされる側としても回答しやすいだろう。

・新興国はこうであるが、先進国ではこうだ、という比較があっても良い。知財の中でも特許か商標かでも異なり、切り分けが必要である。そういった切り分けをしたヒアリングを行うことで、言語が課題なのか、新興国での知財情報調査は不要と思っているのか、そもそも他の国でも調査していないのか、等、投資をする上での判断基準材料として課題が幅広く見えてくるのではないか。

・この市場だからこそ開発するものもある。特にネーミングやパッケージングが該当し、市場投入する際に意匠や商標の調査が必要となってくる。また、商用データベースでもカバーしきれていない情報が多々あるのが現状である。例えば実用新案に関する情報、タイでは小特許、インドネシアでは簡易特許と名称は異なるが年間 4,000 件以上出願されている。これらは国内の施策によって出願が増えており、その情報をどのように扱うのか、今の商用データベースでも扱いきれていないという問題がある。では、各国政府が持つデータベースはどうか、となると、言語が問題となっており、ほしい情報がつかみきれないというフラストレーションが日本企業にはあると思う。更に、大企業には知財の社内システムがあるが、日本語のため現地側で利用ができていないというハードルがある。ヒアリングをする上でそういった課題も明らかにしていただきたい。

・目的がわかった時に、目的の調査において不備な部分を聞き出していただきたい。データベースの収録の問題なのか、言語の問題なのか、現地のドメスティック調査をするときにネックになるのが、翻訳も含めた、あらゆるコストがかかることである。重要と考える国に対しては、企業はコストがかかっても調査を実施する。新興国の調査は FTO、他者の権利を侵害していないかが重要となる。また逆に、FTO の他に目的があるなら非常に興味深い。FTO は知財情報を権利として見ている、活用している調査だが、知財情報を権利としてではなく論文等と同じように、現地の開発動向を把握し R&D に役立てるような情報として活用している、そういった状況があるかどうかヒアリ

ングの結果見えると興味深い。

・現地法人が研究開発を行う中で蓄積されていく発明メモに対して従来技術を調べてレビューを行っていく。文献だけじゃなく、発明者は誰かというのをフォーカスしている場合もある。同じような研究をしているか、という調査から発明者を調べることができれば、その研究者に対して共同研究を持ち掛けることもできる。そういった知財情報の使い方もある。

(ヒアリング調査の候補企業について)

・活用の目的を1つに絞るのではなく、バラエティーに富んだものとした方が良さそう。アンケート結果を基にカテゴライズして選ぶのも良い。

・知財と言う切り口なので、製造業をターゲットにしているが、流通系は対象にしないのか。多くの日系企業が進出しており、その中でも流通系も多い。

## (2) 第2回

### ・主な審議等

(ヒアリングの実施について (経過報告等))

・ヒアリング先にとっての競合は、新興国内のドメスティック企業 (現地企業) なのか、新興国・地域内で競争している欧米等の先進国企業なのか、という観点があっても良い。また、企業リスクをどれだけ取るかによってデータベースの活用方法・度合いも変わってくることから、新興国・地域における知財リスクテイクという観点があっても良い。

・情報の活用の土台となるものとして、情報の収集という位置づけかと思う。情報の活用については、「3方向に知財情報を活用している」が望ましいスタイルと考える。3方向は「経営戦略・判断」「事業戦略」「R&D戦略」と、これらに尽きる事ではあるが、様々な企業での知財情報の活用はどのようなベクトルで進めているのかを聞くのが良いのではないか。

・データベースのベンダーも、現地知財庁から直接情報を購入

しているベンダーとデータベース会社のプロバイダ的な会社から購入しているベンダーとがある。データベースのベンダーを加えても良いのではないか。

・商社に関しては5大商社等、大きいところへのヒアリングが良いだろう。社内のコンプライアンス、コンフリクト等、新興国への商品導入にあたっての、知財に関連性のある情報が得られる可能性がある。

・活用するためにどのような課題があるのか、その情報収集が大切である。新興国知財庁データベースに関しては、優先権データの漏れが多い等、日常の知財活動をしていく上で不満がある。日本企業から新興国知財情報の課題として「正確性」と「迅速性」が求められていることを明示し、それに対する提案をしていただけると現地政府も動いてくれるかもしれない。1次情報は重要なので是非、良い方向に持っていきたい。

(アンケートの追加分析について)

・(FTOの件数が多く)予想通りの結果と言える。現地交渉やFTOの実施が多いということは、競合他者が何をしているのかを調べることが多いということではないか。ワールドワイドデータベースで把握できないところは、やはり現地のドメスティックなデータベースでないと調べきれないところはある。

### (3) 第3回

#### ・主な審議等

(調査結果を踏まえての検討)

・今回の調査結果で予想通りだったのは、グローバル企業の空中戦ばかりであり、PCTを介した出願であれば、調査ミスもほぼ発生しない、というのが、この20年程の企業活動の結果であると思う。ただし現状はグローバル企業がグローバル企業を見ているのみであるが、今後ローカルカンパニーが力をつけ台頭してくると考えている。その時になって、色々な現地情報が必要となり、その正確性が問われることを考えると、どのような体制で取り組むべきかをこの調査研究で提言するのは、今が丁度良いタイミングではないかと思う。

・グローバル企業がグローバル企業を相手にする時に、新興国に1件だけ出願する、というようなことはなく、先進国に必ず出願しているだろうという認識。そのパテントファミリーを調べて新興国への出願の有無を把握する。パテントファミリーの情報を最低限確保してもらえば、企業の取組みで最も多いFTO調査の問題は解消する。約20年間変わらなかった新興国の知財情報の整備体制が、日本特許庁が要請したからすぐに改善されるかということ、難しいと思う。世の中の情勢が大きく変わり、現地知財情報の調査の必要性が大きく高まらない限り、重い腰を上げないのではないか。そこに期待するよりは、むしろグローバルデータベースのベンダーに対応特許のファミリー情報をきちんと押さえてもらう方が、有意義かもしれない。

・日本の特許庁としてどこまでできるかという点と、国際協力的にどうあるべきか、という点で線引きすべきかもしれない。

・新興国をマーケットと見て情報を取るニーズはあると思う。その時にむしろ特許情報以外のところからいかに情報を取ってくるかというのが勝負ではないかと考えている。現状インターネット上で調べるにとどまっており、企業情報等の踏み込んだ情報を調べる時に苦戦している実情がある。その点に関してどのような改善策があるか、意見を伺いたい。FTO調査については各社やり方がはっきりと決まっており、その元となる情報を充実してほしい、というのが提言の結論になってくるのかもしれないが、2点目の特許情報の活用については、正解がない。最近では、IPランドスケープに代表されるようなトップ層に情報を提供していく取り組みなどが各社進んでいるが、例えばIPランドスケープは特許情報のみを調べるわけではない。ほとんどが、広範な各種情報を組み合わせての分析によるものだが、玉石混交のインターネット情報の中で、その情報の新しさや正確さ等をどう担保していくのか、大きな課題として捉えている。

・企業にとっては、JETROの情報は非常に有用であり、各国の制度やレギュレーション、動きなどを把握できる。ただ、そう

いった情報をどこに取りに行ったらよいのかが整理されていない。その整備がされていると、調査の効率化につながる。報告書にインデックスをまとめるようなことまでやる必要はないが、そういった必要性の提案をしても良いのではないか。

- ・調査の専門家でない者が調査しやすいように、ガイドブックではないが、調査のメニューを作って、例えばアライアンスを組む場合等、こういう目的で調査してみた方が良い、その場合ここにアプローチすればよい、こういうフローで調査をやると良い、というような指南書ができると良いと考えている。

- ・新興国知財庁にとっても、外国人出願が多いため、出願が増えると外貨収入が増え、それでデータベースを整備することで、更に出願が増える、という好循環に結び付く、という提案にはなるのではないかと思う。

- ・大半の企業は FTO 調査で利用しており、そこに幾つかの課題があるが、そこについては、日本特許庁や国際協力の枠組みでインフラサポートをしていく。ただし、それがすぐに整備できるわけではないため、現時点で利用可能な DB 等をポータルの形に、リンク集やガイドブックなど何らかの形で整備し、新興国の情報を活用してもらう。

- ・個人的なアイデアではあるが、知財のデータベース品質やサービスをチェックできる認証制度のようなものがあると良いのではないかと考えている。例えば、インドネシア知財総局では、ISO9000（経営標準）や ISO37000（組織のガバナンス）汚職防止の認証を取得していたりする。また、フィリピン知財庁でも ISO9000 を取得している。タイでは ISO9000 や 14000 がないと、企業活動ができないような制度設計になっているほど、ISO の信頼度が高い。ASEAN 地域内での競争原理で、どこかの国が一番品質の良いサービスを提供している、となれば、他の国も後からついてくる。

- ・IP ランドスケープ実践ガイドブックの中から、新興国特有の

目的を選ぶ、委員の意見として出たアライアンス先の探索、ヒアリングで上がった内容など、それ以外の活用法を具体化して示す。

(調査報告書の構成について)

- ・発言と企業名が一对一になっていなければ概ね問題ない。

#### (4) 第4回

##### ・主な審議等

(報告書全体について)

- ・この事業における「新興国」の定義を明記した方が良い。

(提言案1について)

・提言案1の(1)から(5)までの項目に、優先順位や関連性を付けた並び順を考慮した方が良いのではないかと。特に、第3回委員会の議論で印象に残っているのが、(5)の認証制度の点である。新興国側のデータ整備に関するモチベーションを上げていくための施策だと思うが、(1)のデータ整備とセットで、(5)の項目の優先順位を上げて良いのではないかと。

・提言案1の(1)～(5)は、「誰が(取り組むべきか)」という主語を基軸に整理すると良いと思われる。

・(5)の認証制度については、一次情報をベースにした情報サービスの標準認証化を想定している。それ以降の加工は商用サービスの中で対応していれば良い。サービスの標準化であり、品質のみでなく、継続性も必要である。年間の大半は停止しているようなシステム構築では無意味である。また、どこが認証するのかというと、WIPO等に対してJPOが呼びかけていくべきではないかと考える。

・タイ政府からは、よく海外からの投資を期待する話を聞く機会がある。投資の前提条件として、知財情報の整備等がされていないと、日本企業は進出しづらい、という趣旨であれば受け入れられやすいと思われる。それが日本企業進出の一つのハードルになっているという点を伝えることで、新興国側で考えて

いる以上に、日本企業が知財リスクに敏感だというギャップを埋めることができると思う。

・資料3の「見えてきた課題」項の中で、『競合となり得る新興国ローカル企業不在』とあるが、新興国といっても国によってかなり差があるのではないかと感じている。新興国と一括りにしてしまっても良いのか検討の余地がある。

・PEST（Politics、Economy、Society、Technology）で言うと、エコノミカルな面とソーシャルな面で、新興国間にも地域差がある旨、言及した方が良いかもしれない。

・提言1には、短期的に取り組めるものと（5）のような長期的な目標が混在しているため、内容によって「中長期的には」等の記載を加えるなど、整理した方が良い。

・前回委員会の議論を踏まえると、INPITの新興国等知財情報データベースやJETROの検索マニュアル等をベースに、ポータルのまとめたものと理解している。それらの中には、審判情報や裁判所の統計情報等も含まれていたと記憶している。各国の情報が高水準で統一して揃えられるかは分からないが、報告書上はそうすることが望ましい旨を記載する形になると思われる。

（提言案2について）

・提言案2の（5）新規用途探索について、具体的なアプローチ方法等の補足があっても良いのではないか。

・提言2（4）の目的をアライアンスに限定する必要がない。前回委員会においては、知財情報以外に一般的な企業情報等の非知財情報の活用ニーズもあるのではないかと、という趣旨で議論していたと認識している。提言2においては、多数ある調査目的・ニーズがあるはずで、アライアンスや用途探索はその一つである。より上位概念の目的で括る等のまとめ方の検討が必要である。

## VI. まとめ

### 1. 新興国・地域における知財情報活用の現状と今後の変化

ヒアリング調査等の対象企業の多くはワールドワイドに事業展開を行う企業も多い。そのような企業にとっての競合は、同様にワールドワイドに事業展開する欧米等の企業であることが多く、ASEAN 新興国各国に目を向けた場合、新興国間に地域差はあるものの、進出先の新興国現地の企業（ドメスティックな企業）が競合企業であることは少ない。そのような背景もあり、競合他社の新興国・地域における出願動向の把握といった競合他社分析も、ワールドワイドデータベースによる、関連出願情報（ファミリー情報）調査により、概ね把握することが可能で、新興国各国知財庁でのデータベース調査が新興国における知財情報調査の主要ツール、という状況にはない。

すなわち、新興国・地域における競合となり得るローカル企業が不在であること等により、結果的に新興国知財情報の詳細分析を行わなくても済む状況が継続しているのが現状である。

しかしながら、近年の新興国・地域における市場拡大・経済発展等を考慮したとき、上記に示した状況が変化することも予想される。すなわち、経済発展の中、現地企業が成長し、現地での競合として台頭してくる可能性や、技術力の発展に伴い、アライアンス先候補として見直す必要性が生じる等、我が国企業にとって現地企業の存在感が高まり、あるいは看過できない存在となり、調査・分析の対象となり得る可能性についても見据える必要がある。

これら現状そして今後の変化を見据えた、新興国知財情報の活用に向けた提言を以下に示す。

## 2. 提言

### 提言 1. 企業による現在の知財情報活用の進展を支援

FTO 調査を重視する等、安心感や確かさを求める傾向も見られる日本企業の知財活動を、新興国でも円滑に進めるため、以下に示すような、環境整備に向けた取組み・アプローチが、新興国知財庁等に求められる。

#### (1) ベースとなる知財情報の整備・品質向上

新興国知財情報に不備があると、日本企業は、知財リスクを抱えながら同国での知財活動を強いられることから、日本企業にとって大きな懸念材料ともいえる。新興国知財庁には、漏れ・誤り等のない、安心して利用できる品質の高い知財情報、そして、クレームや明細書等、企業の知財情報ニーズをカバーできるフルテキストデータの整備・提供等が求められる。

※商用 DB におけるファミリー情報の充実も、案件存否把握の観点から有用と思われる。

#### (2) 認証制度導入による、知財情報の品質向上・均質化

特許庁を始めとする先進国知財庁は国際機関等と連携し、国際的な枠組み等による、知財情報・知財情報 DB の認証制度を創設し、同制度の承認をモチベーションに、新興国知財情報 DB の品質向上・均質化に繋げるといった、中長期的な取組みも求められる。

#### (3) 新興国知財庁 DB の機能改善

新興国知財庁には、日本企業が課題とする言語面でのハードルを緩和すべく、DB 上での以下のような機能向上への取組みが求められる。

- ・ 正確な国際分類（IPC、ロカルノ分類等）の付与
- ・ 商標における、現地語でのネガティブミーニングチェック
- ・ 特許・意匠図面等での画像検索 等

#### (4) 特許庁関連 DB 等による新興国知財情報の活用支援

特許庁等は、新興国知財情報活用のハードルを下げるべく、J-PlatPat 等、特許庁等所管 DB において、東南アジア地域の知財情報の収録等を充実させるべきである。

#### （５）新興国知財情報へのアクセス支援

特許庁等は、新興国における円滑な知財活動に資するべく、法制度等も含めて広く知財情報として捉え、活用できるよう、各種情報へのアクセス支援（ポータル的な情報提供等）を行うべきである。

### 提言 2. 企業による新たな知財情報活用へのチャレンジ

新興国の環境変化を見据え、新興国における円滑なビジネス展開に資するべく、日本の各企業において、以下に示すような、新たな知財情報の活用への取組みが期待される。

#### （１）現地競合企業の把握

経済成長に伴う、ASEAN 各国における現地競合企業の台頭、それに伴う知財活動・管理ニーズ増を想定し、顕在化していない現地競合企業候補の抽出等を含め、各国実情に応じた現状把握を行うことが求められる。

#### （２）意匠・商標等を用いた現地トレンド把握

商標重視の傾向等、新興国知財活動の実情等を踏まえ、商標（指定商品）、意匠（物品）等、新興国・地域に適した知財情報を活用した動向調査等により、傾向把握に努めることが期待される

#### （３）新たな用途・パートナーの探索

日本国内では想定できない、新興国・地域特有の文化・習慣の違い等に起因する、技術・製品の新たな用途の可能性を見据えた探索や、潜在的なビジネスパートナー候補企業の掘り起こしを行うべく、先進国知財情報の活用（分類やキーワードでの検索等）が期待される。

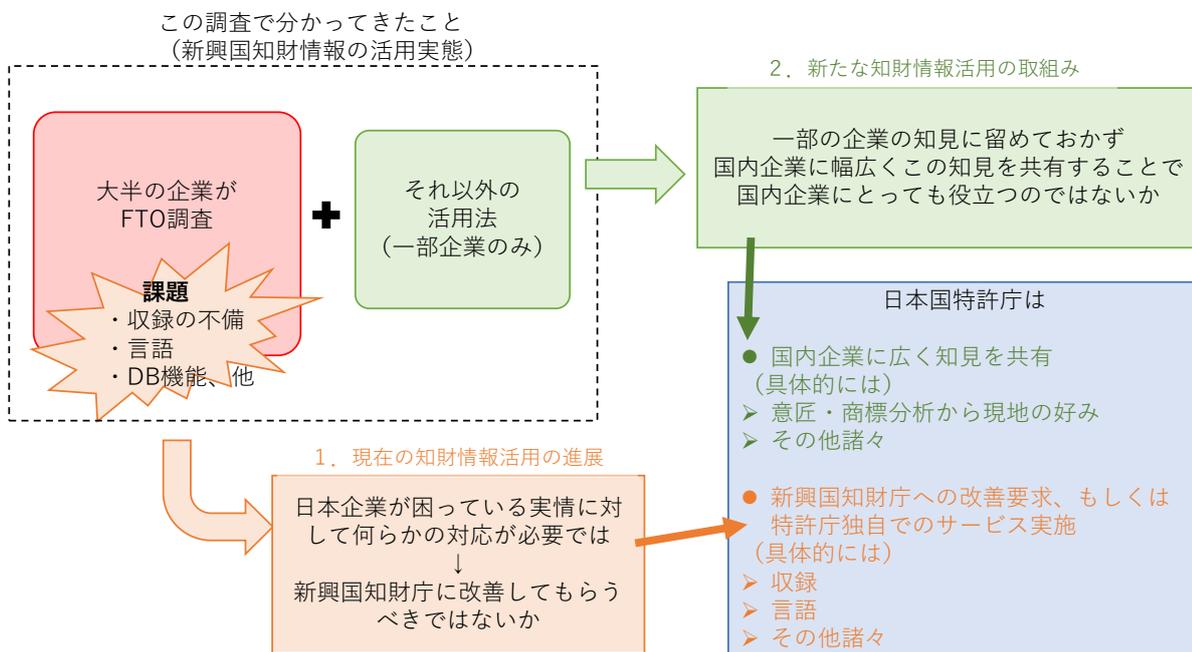
#### （４）自社プレゼンス向上への知財情報の活用

自社ブランド活動の一環として、自社の知財情報を公開し、現地での技術力アピール、同社としての信頼性獲得に努めることで、新興国におけるプレゼンスを高めることが期待される。

(5) 非知財情報と併用しての相互補完

市場ニーズの探索等、様々な場面で活用される各種非知財情報に対し、知財情報を併用することで、新興国の調査においても、情報の相互補完、信頼性向上等を図ることが期待される。

図 17 見えてきた課題と、課題に対する取組みの概念図





# 資料編



# 資料I

アンケート調査票

(企業向け)



「令和6年度 新興国等知財情報の活用に関する調査」アンケート用紙

設問1. 貴社名を教えてください。

設問2. 貴社の業種を教えてください。

- 飲食料品             繊維・織物／アパレル  
 木材・木製品／家具・建材／紙パルプ             化学  
 医療品・化粧品             石油・プラスチック・ゴム製品  
 窯業・土石             鉄鋼／非鉄金属／金属製品  
 一般機械             電気機械  
 情報通信機械／電子部品・デバイス  
 自動車・同部品／その他輸送機器             精密機器  
 その他の製造業  
 商社・卸売             小売             建設  
 運輸             金融・保険             通信・情報・ソフトウェア  
 専門サービス             その他の非製造業

設問3. 主な事業内容、製品・サービス等を教えてください。

設問4. 回答者様の氏名を教えてください。

設問5. 回答者様の所属部署・役職等を教えてください。

|  |
|--|
|  |
|--|

設問 6. 回答者様のご連絡先を教えてください。(E-mail)

|  |
|--|
|  |
|--|

設問 7. 回答者様のご連絡先を教えてください。(電話)

|  |
|--|
|  |
|--|

設問 8. 貴社は、新興国のいずれの国において事業進出・事業展開をされていますか？また、事業進出・事業展開されている場合、活動期間はどの程度になりますか？

(※本アンケートにおける新興国は、以下に挙げられた国を想定しています。以下設問も同様)

|            | 無し | 参入初期<br>(1~3年) | 一定の事業活動歴<br>有<br>(4~10年) | 長期活動歴有<br>(10年以上) |
|------------|----|----------------|--------------------------|-------------------|
| インドネシア     |    |                |                          |                   |
| カンボジア      |    |                |                          |                   |
| タイ         |    |                |                          |                   |
| フィリピン      |    |                |                          |                   |
| ブルネイ       |    |                |                          |                   |
| ベトナム       |    |                |                          |                   |
| マレーシア      |    |                |                          |                   |
| ミャンマー      |    |                |                          |                   |
| ラオス        |    |                |                          |                   |
| その他新興<br>国 |    |                |                          |                   |

|            |  |  |  |  |
|------------|--|--|--|--|
| (中国除<br>く) |  |  |  |  |
|------------|--|--|--|--|

設問 9. 新興国各国での、今後の事業進出・事業展開の見通しはいかがですか？

|                  | さらに展開 | 現状維持 | 縮小の方向 | 未定 |
|------------------|-------|------|-------|----|
| インドネシア           |       |      |       |    |
| カンボジア            |       |      |       |    |
| タイ               |       |      |       |    |
| フィリピン            |       |      |       |    |
| ブルネイ             |       |      |       |    |
| ベトナム             |       |      |       |    |
| マレーシア            |       |      |       |    |
| ミャンマー            |       |      |       |    |
| ラオス              |       |      |       |    |
| その他新興国<br>(中国除く) |       |      |       |    |

設問 10. 新興国知財情報を用いた調査・分析は、誰が主体となって実施していますか？（当てはまるものをすべてお答えください）

|                          | 自社対応<br>(国内知財<br>部門が主<br>導) | 自社対応<br>(現地知財<br>部門が主<br>導) | 国内弁理<br>士事務所<br>に依頼 | 現地国弁<br>理士事務<br>所に依頼 | 特許情報<br>分析会社<br>に依頼 | 調査不実<br>施 |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-----------|
| インドネシ<br>ア               |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| カンボジア                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| タイ                       |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| フィリピン                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ブルネイ                     |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ベトナム                     |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| マレーシア                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ミャンマー                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ラオス                      |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| その他新興<br>国<br>(中国除<br>く) |                             |                             |                     |                      |                     |           |

設問 11. 新興国知財情報を用いた調査・分析に要するコストはいかがでしょうか？（数字で入力してください）

|           | 円程度／年 |
|-----------|-------|
| 予算        |       |
| データベース使用料 |       |
| 人件費       |       |



設問16. 新興国知財情報を用いた調査・分析において、どのような知財データベースを、どのような目的で利用されていますか？（当てはまるものをすべてお答えください）

|   | 事業性分析(ブランドスケープ等) | 技術動向分析(特許マップ等) | 競合他社分析 | 用途分析等マーケット分析関連 | FTO、クリアランス(侵害予防・他社権利排) | ブランディング活動支援 | 研究・開発支援(課題・解決手段分析等) | 権利化支援(先行技術調査等) | 知財ポートフォリオ構築支援 | 共同研究・アライアンス先探索 | 価値評価 | その他 |
|---|------------------|----------------|--------|----------------|------------------------|-------------|---------------------|----------------|---------------|----------------|------|-----|
| WIPO 提供データベース<br>(ASEAN IP Register 除く) |                  |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| ASEAN IP Register                       |                  |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| FOPISER                                 |                  |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| 各新興国知財庁データベース                           |                  |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| 商用データベース                                |                  |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| その他                                     |                  |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |

設問 17. 新興国知財情報の調査には、どのような知財データベースを、どの程度利用されていますか？

|   | 常時 | 週に数回<br>程度 | 月に数回<br>程度 | 年に数回<br>程度 | その他 |
|---|----|------------|------------|------------|-----|
| WIPO 提供データベース<br>(ASEAN IP Register 除く) |    |            |            |            |     |
| ASEAN IP Register                       |    |            |            |            |     |
| FOPISER                                 |    |            |            |            |     |
| 各新興国知財庁データベース                           |    |            |            |            |     |
| 商用データベース                                |    |            |            |            |     |
| その他                                     |    |            |            |            |     |

設問 18. 設問 16 及び 17 で「商用データベース」又は「その他」の項目を選択された方に質問です。使用しているデータベースの名称を教えてください。(複数記載可)

設問 19. 新興国知財情報を用いた調査・分析において、利用する知財データベースに重要な機能・要素としては、どのようなものが挙げられますか？(当てはまるものをすべてお答えください)

- ( ) 検索・絞込機能                      ( ) 画面表記                      ( ) 収録範囲  
 ( ) 言語 (機械翻訳の有無・精度)  
 ( ) 分析機能 (簡易統計処理・グラフ生成等)  
 ( ) その他 ( )



( ) その他

**設問 2 4.** 新興国知財情報を用いた調査・分析結果は、経営層や提供先部署で、どのように活用してもらうことを想定して提供していますか？(当てはまるものをすべてお答えください)

( ) 当該国・市場分析(主要プレイヤーの動向等)(以下に挙げるものを除く)

( ) 当該国・市場におけるニーズの把握

( ) アライアンス先の候補選定

( ) 当該国・市場における事業リスク(侵害調査含む)を把握

( ) 技術情報(技術トレンド等)の取得

( ) その他( )

**設問 2 5.** 経営層や提供先部署等で実際に活かされた場合、どういう工夫がよかったと思いますか？

( ) 知財部門による経営方針・事業方針の十分な理解を踏まえた調査・分析

( ) 経営陣・事業部門との密接なコミュニケーションを通じた調査・分析

( ) 分析ツールの導入( )

( ) レポートの工夫( )

( ) その他( )

**設問 2 6.** 設問 2 4 および 2 5 でお尋ねしたケースのうち、実際に活かされた(可能性のある)具体的な事例を挙げることは可能ですか？

( ) 可能 ( ) 思い浮かばない

設問 27. 設問 26 でお尋ねした具体的な事例に関し、ヒアリング等により、少し詳しくお聞かせいただけますか？

- ( ) 可能 ( ) 一部非開示の上可能
- ( ) 非開示であれば可能 ( ) 不可
- ( ) その他 ( )

設問 28. 新興国知財情報を用いた調査・分析結果が活用いただけてない場合、それは、どのような理由によるものでしょうか？（当てはまるものをすべてお答えください）

- ( ) 判断材料としては使えない（結果が曖昧・不明瞭、結論が二分…）
- ( ) 提供先が保有する情報や分析結果との不一致・不整合
- ( ) 提供先のニーズとの乖離（本来求めている情報との乖離）
- ( ) 情報が不足しており信頼性に欠ける
- ( ) 概ね既知の情報であり、新たな知見がない
- ( ) 提案内容等が、特許情報（分析結果）に則していない、裏付けられていない、紐づけられていない
- ( ) 想定している分析結果とかけ離れており、現実性に欠ける（遠すぎる事業領域の提案、関係性構築が困難な海外小企業の提案等）
- ( ) 提供先の事情により活用に至っていない
- ( ) その他 ( )

設問 29. 新興国知財情報を用いた調査・分析を行うにあたり、特許庁もしくは各国知財庁への期待・要望等がございますか？

**設問 30.** 最後に、新興国知財情報全般について、ご意見・ご要望・お気づきの点等ございましたら、ご記載ください。

|  |
|--|
|  |
|--|



# 資料 II

アンケート調査票

(代理人向け)



「令和6年度 新興国等知財情報の活用に関する調査」アンケート用紙

設問1. 貴所名を教えてください。

設問2. 本アンケートは、貴所への質問の他に、貴所による新興国知財情報の調査・分析結果の提供先である貴所クライアント企業様(以下「貴所クライアント」と呼びます)を想定した質問から構成されます。本アンケート回答で想定されている貴所クライアントの業種を教えてください。

- 飲食料品             繊維・織物／アパレル  
 木材・木製品／家具・建材／紙パルプ             化学  
 医療品・化粧品             石油・プラスチック・ゴム製品  
 窯業・土石             鉄鋼／非鉄金属／金属製品  
 一般機械             電気機械  
 情報通信機械／電子部品・デバイス  
 自動車・同部品／その他輸送機器             精密機器  
 その他の製造業  
 商社・卸売             小売             建設  
 運輸             金融・保険             通信・情報・ソフトウェア  
 専門サービス             その他の非製造業

設問3. 貴所クライアントの、主な事業内容、製品・サービス等を教えてください。

設問4. 回答者様の氏名を教えてください。

設問 5. 回答者様の所属・役職等を教えてください。

設問 6. 回答者様のご連絡先を教えてください。(E-mail)

設問 7. 回答者様のご連絡先を教えてください。(電話)

設問 8. 貴所クライアントは、新興国のいずれの国において事業進出・事業展開をされていると思われますか？また、事業進出・事業展開されている場合、活動期間はどの程度になりそうでしょうか？

(※本アンケートにおける新興国は、以下に挙げられた国を想定しています。以下設問も同様)

|        | 無し | 参入初期<br>(1~3年) | 一定の事業活動歴<br>有<br>(4~10年) | 長期活動歴有<br>(10年以上) |
|--------|----|----------------|--------------------------|-------------------|
| インドネシア |    |                |                          |                   |
| カンボジア  |    |                |                          |                   |
| タイ     |    |                |                          |                   |
| フィリピン  |    |                |                          |                   |
| ブルネイ   |    |                |                          |                   |
| ベトナム   |    |                |                          |                   |
| マレーシア  |    |                |                          |                   |
| ミャンマー  |    |                |                          |                   |

|                          |  |  |  |  |
|--------------------------|--|--|--|--|
| ラオス                      |  |  |  |  |
| その他新興<br>国<br>(中国除<br>く) |  |  |  |  |

設問9. 貴所クライアントの、新興国各国での、今後の事業進出・事業展開の見通しは、どのように思われますか？

|                  | さらに展開 | 現状維持 | 縮小の方向 | 未定 |
|------------------|-------|------|-------|----|
| インドネシア           |       |      |       |    |
| カンボジア            |       |      |       |    |
| タイ               |       |      |       |    |
| フィリピン            |       |      |       |    |
| ブルネイ             |       |      |       |    |
| ベトナム             |       |      |       |    |
| マレーシア            |       |      |       |    |
| ミャンマー            |       |      |       |    |
| ラオス              |       |      |       |    |
| その他新興国<br>(中国除く) |       |      |       |    |

設問10. 貴所での新興国知財情報を用いた調査・分析は、誰が主体となって実施していますか？（当てはまるものをすべてお答えください）

|                          | 自社対応<br>(国内知財<br>部門が主<br>導) | 自社対応<br>(現地知財<br>部門が主<br>導) | 国内弁理<br>士事務所<br>に依頼 | 現地国弁<br>理士事務<br>所に依頼 | 特許情報<br>分析会社<br>に依頼 | 調査不実<br>施 |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-----------|
| インドネシ<br>ア               |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| カンボジア                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| タイ                       |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| フィリピン                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ブルネイ                     |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ベトナム                     |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| マレーシア                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ミャンマー                    |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| ラオス                      |                             |                             |                     |                      |                     |           |
| その他新興<br>国<br>(中国除<br>く) |                             |                             |                     |                      |                     |           |

設問11. 貴所での新興国知財情報を用いた調査・分析に要するコストはいかがでしょうか？（数字で入力してください）

|           | 円程度／年 |
|-----------|-------|
| 予算        |       |
| データベース使用料 |       |
| 人件費       |       |



設問 15. 貴所での新興国知財情報を用いた調査・分析において、言語面（翻訳）に関して、どのような困りごとや、ご希望の改善点などがございますか？

設問 16. 貴所での新興国知財情報を用いた調査・分析において、どのような知財データベースを、どのような目的で利用されていますか？（当てはまるものをすべてお答えください）

|   | 事業性分析(IP ランドスケープ等) | 技術動向分析(特許マップ等) | 競合他社分析 | 用途分析等マーケット分析関連 | FTO、クリアランス(侵害予防・他社権利排) | ブランディング活動支援 | 研究・開発支援(課題・解決手段分析等) | 権利化支援(先行技術調査等) | 知財ポートフォリオ構築支援 | 共同研究・アライアンス先探索 | 価値評価 | その他 |
|---|--------------------|----------------|--------|----------------|------------------------|-------------|---------------------|----------------|---------------|----------------|------|-----|
| WIPO 提供データベース<br>(ASEAN IP Register 除く) |                    |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| ASEAN IP Register                       |                    |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| FOPISER                                 |                    |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| 各新興国知財庁データベー<br>ス                       |                    |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| 商用データベース                                |                    |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |
| その他                                     |                    |                |        |                |                        |             |                     |                |               |                |      |     |





その他

**設問 2 4.** 新興国知財情報を用いた調査・分析結果は、貴所クライアントの経営層や提供先部署で、どのように活用してもらうことを想定されていると思いますか？（当てはまるものをすべてお答えください）

当該国・市場分析（主要プレイヤーの動向等）（以下に挙げるものを除く）

当該国・市場におけるニーズの把握

アライアンス先の候補選定

当該国・市場における事業リスク（侵害調査含む）を把握

技術情報（技術トレンド等）の取得

その他（）

**設問 2 5.** 貴所クライアントの経営層や提供先部署等で実際に活かされるためには、どのような工夫が効果的であると思われますか？

知財部門による経営方針・事業方針の十分な理解を踏まえた調査・分析

経営陣・事業部門との密接なコミュニケーションを通じた調査・分析

分析ツールの導入（）

レポートの工夫（）

その他（）

**設問 2 6.** 設問 2 4 および 2 5 でお尋ねしたケースのうち、貴所クライアントにおいて、実際に活かされた（可能性のある）具体的な事例を挙げることは可能ですか？

可能  思い浮かばない

設問 27. 設問 26 でお尋ねした具体的な事例に関し、ヒアリング等により、少し詳しくお聞かせいただけますか？

- ( ) 可能 ( ) 一部非開示の上可能
- ( ) 非開示であれば可能 ( ) 不可
- ( ) その他 ( )

設問 28. 貴所クライアントにおいて、仮に新興国知財情報を用いた調査・分析結果が活用いただけてない場合、それは、どのような理由によると思われますか？（当てはまるものをすべてお答えください）

- ( ) 判断材料としては使えない（結果が曖昧・不明瞭、結論が二分…）
- ( ) 提供先が保有する情報や分析結果との不一致・不整合
- ( ) 提供先のニーズとの乖離（本来求めている情報との乖離）
- ( ) 情報が不足しており信頼性に欠ける
- ( ) 概ね既知の情報であり、新たな知見がない
- ( ) 提案内容等が、特許情報（分析結果）に則していない、裏付けられていない、紐づけられていない
- ( ) 想定している分析結果とかけ離れており、現実性に欠ける（遠すぎる事業領域の提案、関係性構築が困難な海外小企業の提案等）
- ( ) 提供先の事情により活用に至っていない
- ( ) その他 ( )

設問 29. 貴所にて、新興国知財情報を用いた調査・分析を行うにあたり、特許庁もしくは各国知財庁への期待・要望等がございますか？

**設問 30.** 最後に、新興国知財情報全般について、ご意見・ご要望・お気づきの点等ございましたら、ご記載ください。

|  |
|--|
|  |
|--|

令和6年度 特許庁請負事業

禁 無 断 転 載

令和6年度  
新興国等知財情報の活用に関する調査  
報告書

令和7年3月  
請負先 一般社団法人 発明推進協会

〒105-0001 東京都港区虎ノ門 2-9-1

虎ノ門ヒルズ 江戸見坂テラス

電話 03-3502-5474

FAX 03-3506-8788

URL <https://www.jiii.or.jp>

E mail



