

目次

- 2 コロナ後の世界の出版業界:
Bodour Al Qasimi氏へのインタビュー
- 8 ビデオゲームと知的財産法との出会い
- 14 知的財産の活用が中小企業のイノベーションを生む
- 19 Julius K-9®社: 愛犬家のニーズに応えるイノベーションおよび
意匠の利用
- 26 地理的表示 (GI) 保護によりパンテレリア島 (Pantelleria) の
ケーパー生産が復活
- 35 スタートアップ企業と中小企業の知的財産戦略:
ある投資家の視点
- 41 知的財産を活用したイノベーションのための資金調達の世界
- 47 中小企業が知的財産に関して検討すべき主要事項

謝辞:

- 2 **Kevin Fitzgerald氏**、WIPO情報・デジタルアウトリーチ部
(Information and Digital Outreach Division)
- 8 **Paolo Lanteri氏**、WIPO著作権法部 (Copyright Law Division)
- 19 **Virag Halgand氏**、WIPO経済移行国・先進国支援部 (Division
for Transition and Developed Countries)
- 26 **Alexandra Grazioli氏**、WIPOリスボン登録部 (Lisbon
Registry)
- 35 **Allison Mages氏**、WIPO知的財産・企業支援部 (IP for
Business Division)
- 41 **Sacha Wunsch-Vincent氏**、WIPO経済・データ分析部
(Department for Economics and Data Analytics)

編集者: Catherine Jewell

© WIPO, 2021



表示 4.0 国際
(CC BY 4.0)

ユーザーは、WIPOがソースであり、またオリジナルのコンテンツへの変更の有無を明示しているコンテンツを提供することで、明確な許可なしに、商業目的も含め、本書の複製、配布、脚色、翻訳、公開の上演ができます。

WIPOによる承認または認証がない限り、脚色/翻訳/派生作品に対する公式なエンブレムまたはロゴの使用は禁止されています。許可の取得に関してはWIPOウェブサイトよりお問い合わせください。

画像、グラフィック、商標またはロゴなどWIPOにより発行されたコンテンツの権利が第三者に起因する場合、該当コンテンツのユーザーは、名義人より権利の使用許可を取得することに対して責任を負うものとします。

当ライセンスのコピーは、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>よりご覧いただけます

表紙画像:

左から右:

Ivana Maglione

Bonomo&Giglio提供

Epic Games提供

Games

メイン画像:

Julius K-9®提供

コロナ後の世界の 出版業界：Bodour Al Qasimi氏への インタビュー

著者：Catherine Jewell氏、WIPO情報・
デジタルアウトリーチ部 (Information and
Digital Outreach Division)

2021年1月、Sheika Bodour bint Sultan Al Qasimi氏は国際出版連合 (IPA) のプレジデントとして2年間の任期をスタートさせました。Al Qasimi氏は4人の子供の母親で、アラブ首長国連邦 (UAE) の先駆的な出版社Kalimat Groupを創設し、多様性とその包括・受容の促進に熱心に取り組んでいます。IPAの活動とコロナ後の出版社が直面する課題について話を聞きました。

中東出身の女性がIPAのプレジデントに就任するのは初めてで、女性のプレジデントとしては2人目になりますが、そのことについてどう感じていますか。

大変光栄に思っています。一方で、この職務に伴う大きな責任も感じています。出版業界に多様性とその包括・受容をもたらすことは重要だと考えているので、自ら模範を示すことを目標にしています。IPAに様々な声や経験、文化を取り入れることは、IPAの社会性と成功のために不可欠です。これは世界各国のIPAのメンバーやパートナーの話聞き、協力し、対応するという事です。同じ目標に向かって一丸となって取り組めば、私たちの声はより大きくなり、目標を達成する可能性も高まります。これはコロナ後の世界でも全く変わりません。



写真：Ivana Maglione

「IPAの重要性は今日非常に高まっています。新型コロナウイルス感染症による打撃を受け、IPAは対応と回復のための共同計画を主導し、出版社の経験と革新的な対策を把握し共有しました」とIPAのプレジデントBodour Al Qasimi氏は言います。

IPAが出版業界で果たす役割は何でしょうか。

現在、IPAの重要性は非常に高まっていると思います。新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) による打撃を受け、IPAは対応と回復のための共同計画を主導し、出版社の経験と革新的な対策を把握し共有しました。現在、国際出版業界持続可能性強靱化 (International Sustainable Publishing and Industry Resilience, InSPIRe) 計画と開発中のオンライン学習ポータルであるIPA Academyを通じて、出版エコシステムの声とビジョンを取りまとめています。こうした取組みは、出版社の能力を高め、デジタルトランスフォーメーション (DX) の推進に役立つでしょう。IPAという求心力のある組織が、この有意義な集団的アプローチを可能にしています。

ニューノーマル (新しい生活様式) は、多くの出版社に課題をもたらしています。オンラインでの学習や読書への移行には、多くの出版社が既に対応していますが、出版の新しいトレンドを十分理解するためには、良質のデータが必要です。IPAはWIPOと緊密に連携し、質の高いグローバルな出版統計データを収集していますが、調査やあらゆる市場のデータ収集でさらに協力を進めることで、新しい傾向について理解を深めることができます。

インターネット上の著作権侵害が世界的に重大な問題となる中、デジタル形式への移行は出版社に多額の投資を求め、リスクを伴います。そのため、IPAは著作権の保護および権利行使の強化を政府に請願する協会メンバーを支援しています。IPAはまた、WIPOおよびその他の知財関連国際フォーラムですべての出版社を代表して活動しています。

新型コロナウイルスのパンデミックは出版業界にどのような影響を及ぼしていますか。

IPAの2020年報告書「対応から回復へ (From Response to Recovery)」は、電子商取引インフラが整備され読書文化が発達している市場は、そうでない市場に比べて、今回の危機をはるかにうまく乗り切ったことを明確に示しています。新型コロナウイルスのパンデミックは、出版業界が今後も成長を続けるために埋めなければならない大きな

ギャップを浮き彫りにしました。世界の出版業界が、一体となって取り組むことで、より大きな力を得られるという認識で明らかに一致しています。パンデミック中に作家、出版社、書店、政府が協力して出版エコシステムを安定・強化させた市場では、より迅速な回復の兆しが見られません。逆境の中で構築された協力体制を維持することが、出版業界における現在の回復と将来の回復力の鍵となります。

より革新的で持続可能な出版業界の発展に向けて、IPAはどのような支援を行っていますか。

パンデミックの間、多くの政府が出版を「生活の維持に必要ではない」業界とみなし、出版社に必要な政府支援を行いませんでした。これは出版業界に対する警鐘となり、教育、研究、文化的発展における出版社の多大な貢献を政策決定者に伝える取組みの強化が急務であることが明確に示されました。出版業界の持続可能性は、こうした取組みに左右されます。

出版業界の回復を公平に取り扱うことも必要です。パンデミックにより、一部の市場の脆弱性と他の市場の強みが明らかになりました。InSPIRe計画を通じて、特に打撃が大きい国に対象を絞って支援を行うことで、誰もが恩恵を受けるでしょう。

長期的な消費者動向を把握することが、出版業界が長く存続するための鍵となるでしょう。そのため、IPAは市場トレンドについての理解を深めるために信頼できるデータ収集体制を構築しています。これにより、出版社はより効果的な戦略を打ち出し、将来性のある事業を構築することができます。この課題は、出版社、とりわけ業界の大半を占める中小の出版社が、事業のデジタル化支援を緊急に必要としていることと関係しています。

また、IPAはSDGパブリッシャーズ・コンパクト (Sustainable Development Goals Publishers Compact) を立ち上げました。この協定 (コンパクト) に署名することで、出版社はサステナビリティへのコミットメントを示すことができます。



「出版業界の女性が直面している不平等に対処するために組織的な取り組みが必要であると考え、2019年にPublisHerを立ち上げました」とAl Qasimi氏は説明しています。

今後は
間違いなく
デジタル化が
進むでしょう

今後数年間で、出版業界はどのように発展するでしょうか。

今後は間違いなくデジタル化が進むでしょう。IPAの報告書「対応から回復へ (*From Response to Recovery*)」によると、ワークフローのデジタル化とデジタル販売は、出版社がパンデミックを乗り切る上で大変有効でした。デジタルトランスフォーメーションは、出版社がアクセス可能な形式で本を出版する上でも重要です。しかし、多くの地域ではデジタル化を実現するノウハウがありません。IPA AcademyやWIPOのパブリッシャーズ・サークル (Publishers' Circle) などの活動を通じて、IPAはベスト・プラクティスを共有し、世界中の出版社のデジタル化を支援しています。

しかし、デジタル化の進展は、必ずしも紙媒体の終焉を意味するものではありません。デジタルと紙媒体では学習の仕方が異なるという有力な証拠があり、教育出版社は、あらゆる種類の学習者を支援するために、かなり前から

デジタルと紙を組み合わせた教材を作成しています。IPAの2020年報告書「紙とデジタル (*Paper and Digital*): 学習教材の有効性に関する最新の研究 (*Current research into the effectiveness of learning materials*)」は、これを詳しく調査しています。

著作権の保護は、IPAの活動の柱の1つです。著作権に関してIPAが取り組むべき最重要課題は何でしょうか。

著作権およびその効果的な権利行使は、出版業界が持続可能であるために不可欠です。例えばアフリカでは、デジタル出版への移行は既に甚大な被害をもたらしている出版物の著作権侵害をさらに悪化させるという懸念が、出版社のデジタル化にブレーキをかけています。出版業界は絶えず変化し、対応しており、出版社は自信を持ってデジタル化を進めるために、明確な法的枠組みを必要としています。WIPOが管理する条約が定めている適切な排他的権利は、出版社があらゆるフォーマットで本を製作・販売するために必要不可欠であり、効果的に権利行使されれば不可譲の権利であることが明らかになります。

リテラシー (読み書きの能力) 分野におけるIPAの活動について教えてください。

リテラシーは以前からIPAにとって重要な分野でした。IPAにはリテラシーに関するタスクフォースがあり、ジョージア出身のGvantsa Jobava氏が統括しています。IPAの「読書の重要性 (*Reading Matters*)」報告書は、IPAの世界各国のメンバーが独自に行っているリテラシーに関する様々な取組みを特集しています。リテラシーは非常に多くのことに用いられます。リテラシーは、読み書きを学ぶことだけではありません。世界を理解し、情報に基づいて判断を下すために必要不可欠です。リテラシーは人々に力を与えます。

PublisHerを設立したきっかけについて教えてください。

出版業界の女性が直面している不平等に対処するために組織的な取組みが必要であると考え、2019年にPublisHerを立ち上げました。出版業界で働いている女性

は男性より圧倒的に多く、西側諸国の出版業界では女性が全体の約3分の2を占めています。しかし、高額報酬が支払われる最上位のポジションは、男性の割合が不釣り合いに高くなっています。

2018年に英国で行われた調査によると、一部の会社では男女の賃金格差が30パーセントに達していることが判明しました。こうした格差は、優秀な女性が大勢いて、その中から選び起用できることを考えると、大変腹立たしいことです。

PublisHerは、出版業界で働く聡明で有能な多くの女性の意思と革新的な精神を結集し、全体の利益のために役立てようとする試みです。女性が互いに支援し、優れたアイデアを発表し、相互に評価し、改良することができるグローバルなネットワークの中心にPublisHerが位置付けられることを期待しています。

2019年のWIPOイベント「出版業界における女性の地位向上 (*Empowering Women in the Publishing Industry*)」は、非常に前向きな第一歩となりました。IPAと私は、このイベントをさらに発展させたいと考えています。

出版業界に入ったきっかけは何ですか。

私はシャルジャというUAEの文化の中心地で育ったこともあり、昔から文学に大変興味がありました。シャルジャでは、本や学習が広く普及しており、そのことが私の人生の選択に大きな影響を及ぼしたと思います。

出版業界に入り、Kalimat Groupという出版社を設立したのは、幼い娘との会話がきっかけでした。当時、娘はアラブの児童書は時代遅れだと不満に思っていました。多くの点で、娘の言うとおりでした。この会話をきっかけに、私は美しいイラストが描かれたアラビア語の児童書を出版するようになり、その後、ヤングアダルトやさらに年上の読者向けの文学作品へと手を広げました。

おかげさまでKalimat Groupは成長を続け、15カ国で400冊を超える本を出版しました。その多くは翻訳もされ

著作権および
その効果的な権利行使は、
出版業界が持続可能であるために
不可欠です

ています。翻訳は、創造性と文化を共有することですから、非常にやりがいがあり、とても大切だと考えています。現在は、幼児教育本、コミック、料理本なども出版しています。今後、Kalimatはデジタル・コンテンツ、電子商取引、オンライン・マーケティングにますます力を入れる予定です。それとともに、引き続き成功を足がかりに新しい市場を開拓し、現地の優秀な人材を支援・起用したいと考えています。

これまで達成した最も素晴らしいことは何ですか。

私は母親として、出版者として、また最近ではIPAのプレジデントとしての仕事から刺激を受けています。もちろんそれぞれの仕事で達成したことは異なりますが、私はこれを1つの旅だと考えていて、その中心にあるのがリテラシーと学びです。本と読書は、知識、理解、教育、想像の基礎となるものです。このような役割を担うことで、私の子供たちのためだけでなく、世界の多くの読者のために、本、読書、出版の重要性を伝えることができます。この仕事は、私にとって大きな意味があります。なぜなら、人々の役に立ち、リテラシー、読書、教育を出版業界の中核に据えることができるからです。

2018年に、Kalimat Foundationとアクセシブル・ブック・コンソーシアム(ABC)は「最初からアクセス可能な」本を出版する契約を締結しました。そのきっかけは何でしたか。

この取り組みは、世界中のどこでも、どのような状況においても本を基本的権利にする、というKalimat Foundationを特徴付ける役割と密接に関係しています。すべての子供たちは、知識を獲得し、教育を受けるために本を利用できることが必要です。アラビア語の点字本、大活字本、オーディオブックが不足していることも、この契約を締結したきっかけの1つです。KalimatがABCと提携したことで、中東と北アフリカを中心に、私たちの支援を必要としているアラビア語圏の子供たちだけでなく、世界の他の地域に住む避難民の子供たちも確認することができました。これまでに、Kalimat Foundationは30,000冊のアクセス可能な本を製作し、そのうち5,000冊を国内で、中東で、また世界各国で配布しました。さらに重要な点は、ABCと連携して、中東で初めてアラブの出版社のために研修とテクニカルワークショップを実施したことでしょう。ノウハウや専門知識の共有は非常に有益で、中東地域の出版社は誰もがアクセス可能な本の製作を検討するようになりました。私たちの活動はこの普遍的な権利を擁護し、人々が自身の将来を形作り、地域社会の生産的な構成員になることを支援します。

写真: Maica / E+ / Getty Images



2020年、Al Qasimi氏はKalimat Foundationを代表してWIPOのアクセシブル・ブック・コンソーシアムと契約を締結しました。このパートナーシップは、アクセス可能な形式のアラビア語の本が不足していることへの対応を支援します。これまでに、Kalimat Foundationは30,000冊のアクセス可能な書籍を製作しました。

出版社のどういう点が最も気に入っていますか。

私は本をこよなく愛しています。ですから、この業界で働くことを幸せだと思っています。本の大切さ、教育における出版業界の役割、声なき人たちに声を与え、無数の人々に夢を与える上で出版業界が果たす役割は、いくら誇張してもし過ぎることはありません。本には異文化間の理解と調和を生み出す力があり、対話し互いに尊重し合うことを通じてのみ、これは手に入れることができます。そうした意味で、出版は平和と安定に貢献することができます。また、出版が多様性とその包括・受容への道を切り開くことにも熱心に取り組んでいます。まだ改良の余地はありますが、他の業界に比べて出版業界は多様性とその包括・受容の好例があり、より良い世界、より公平な世界の実現に貢献しています。

好きな作家は誰ですか。今読んでいる本についても教えてください。

今読んでいるのはFrantz Fanonの「その地に呪われた者 (*Wretched of the Earth*)」です。私は国際的な出版者として様々な作家やテーマに触れる機会があり、幅広いジャンルの本を読みます。どのジャンルも好きで、最新作をできるだけ読むようにしています。最近、英語で読んで面白いと感じた数名のアフリカ人作家の本のアラビア語翻訳を出版しました。神秘主義やスピリチュアリティに関する文学作品もよく読みます。特に女性作家のフィクションが好きです。他の文化や生活に関する洞察があって、面白いです。

ビデオゲームと 知的財産法との出会い

著者：Anna Piechówka氏、CD PROJEKT RED社、
知的財産顧問、ポーランド、ワルシャワ



長年にわたり、ビデオゲーム開発はエンターテインメント業界の中でも特に急成長している業界の1つで、新型コロナウイルス (COVID-19) のパンデミックによってもその成長は失速していないと言えるでしょう。それどころか、2020年10月のNewzoo社の評価によると、2020年の世界のゲーム市場における収益は1,749億米ドルと、前年比19.6%増加する見通しです。しかも、この2020年後半の予測は、パンデミックの初期段階にあたる3月時点の予測を150億米ドル上回っています。

2020年4月、1,200万人の視聴者が「フォートナイト・バトルロイヤル」に集まり、Travis Scottのゲーム内コンサートをライブで視聴しました。これはビデオゲーム内の社会的交流にとって画期的な出来事でした。

世界のゲームプレイヤー人口も増加が続いており、Newzoo社の「グローバルゲームマーケットレポート2020 (Global Games Market Report for 2020)」は、2023年までに30億人を超えると予想しています。この1年間で、ビデオゲームは社会的交流のための極めて重要な場であることが明らかになりました。Newzoo社の調査によると、パンデミック中にゲームに費やす時間が増えた理由として2番目に多かったのは「他者との交流のため」でした。ゲーム・プラットフォームに集まる人が増えると、ゲーム自体がソーシャルメディアや実生活での出来事と同じような機能や経験を提供するようになり、ゲームがその座を奪うこともあります。こうした状況は2020年4月に見られ、1,200万人が「フォートナイト・バトルロイヤル」に集まり、Travis Scottのゲーム内コンサートをライブで視聴しました。これはビデオゲーム内の社会的交流にとって画期的な出来事でした。

テクノロジーの進展のおかげで、ビデオゲームの設計、複雑さ、多様性は急速に変化しています。プレイヤーは、様々な形式やジャンルの中から選択して参加できるようになり、AAAゲーム (莫大な開発費を投じて作られたゲーム) の場合、数十時間あるいは数百時間のストーリー・コンテンツを提供することも珍しくありません。グラフィックスの面でも、ビデオゲームはますますリアルになっています。主要キャラクターのイメージなど、細部まで表現することができ、有名なハリウッド俳優やインフルエンサーの使用も増えています。

他の芸術的な創作物にも当てはまることですが、ビデオゲームの中核となるのは知的財産 (IP) です。著作権で保護されている従来の著作物に比べて、一般にビデオゲームははるかに複雑です。ビデオゲームは、コンピューター・プログラム、映像音声コンテンツ、写真、デザイン、文学作品、ナレーション、音楽、芸術パフォーマンス、商標など、様々な要素の

写真: Epic Games社提供



写真: Electronic Arts社提供

ゲームはますますリアルになり、主要キャラクターの細部まで表現することができます。



写真：Rockfinder / iStock / Getty Images Plus

2020年3月、ニューヨーク連邦地方裁判所は、開発会社アクティビジョン・ブリザードによるAMゼネラル社のハンヴィー関連の商標の使用は、合衆国憲法修正第1条が定める表現の自由で保護されるとの画期的な判決を下しました。しかし、世界の他の法域では、芸術目的での商標の使用を明示的に認める規定がありません。

集合体です。知的財産の保護という点では、ビデオゲームの詳細を管理することは極めて困難です。

ビデオゲーム市場の急成長とビデオゲーム自体の変革によって、さらに困難な課題が生じています。通常ビデオゲームは世界中で販売される点にも注意が必要で、原則としてすべての関連法域の規制を考慮しなければなりません。しかし、知的財産法の観点からすると、ビデオゲームには不確実な側面が数多くあります。こうした側面は、ビデオゲームの開発会社やゲームソフトメーカーだけでなく、場合によってはプレイヤーにとっても問題となる可能性があります。これまでビデオゲーム業界で見られた知財関連の問題点の中で、特に興味深いものをいくつかご紹介します。

ビデオゲーム内での商標の使用

ビデオゲームではリアリズムを追求する傾向が強まっており、この傾向を支えているのが、細部までリアルに描写する技術力です。ですから、実在する物やブランド、景色といった現実世界の要素を開発会社がゲームに取り入れようとするのは自然なことです。例えば戦争をテーマにしたゲームでは、プレイヤーが夢中になれる体験を作り出すために、開発会社が歴史的な出来事に基づいてゲームを製作し、実際の兵器、軍用車両、航空機、制服、装備の複製を使用することがよくあります。そうした物の多くは商標付きでゲームに取り入れられ、

商標によって製品名やロゴなどを保護することができます。ここで、ビデオゲームの芸術的な創作物は商標の使用が正当化されるか、という一般的な疑問が生じます。

戦争ゲームの例を取り上げたのは、偶然ではありません。このジャンルには厳しい視線が注がれ、実在する物の描写をめぐる多くの紛争が生じています。例えば2020年の画期的な知財訴訟では、「コール・オブ・デューティ」シリーズにおける軍用車両ハンヴィーの使用が争点となりました。この訴訟は、2020年3月にニューヨーク連邦地方裁判所の第一審判決が言い渡されました。同裁判所は、ゲーム開発会社アクティビジョン・ブリザード (Activision Blizzard) によるAMゼネラル (AM General) 社のハンヴィー関連商標の使用は、合衆国憲法修正第1条が定める表現の自由で保護されるとの判決を下しました。同裁判所は分析にあたり、1989年のロジャース対グリマルディ事件で確立されたロジャース・テストを使用しました。ロジャース・テストは、商標が芸術目的で使用され、消費者の誤解を招くおそれがないければ、商標権侵害の主張を退けることを認めています。同連邦地方裁判所は「リアリズムを芸術的な目標とする場合、実際の軍隊が使用する車両が現代戦をテーマにするゲームに登場することは、間違いなくリアリズムを高める」と結論づけました。

ハンヴィーの判例がゲーム業界にとって画期的な出来事であることは間違いありませんが、その効力が及ぶのはロジャース・テストが適用される米国に限られます。世界の他の法域では、芸術目的での商標の使用を明示的に認める規定がありません。しかし、明示的な法的免責がないからといって、米国以外でビデオゲームでの商標の使用が商標権の侵害にあたるとは限りません。ビデオゲームで商標を使用するための法的手段は他にもありますが、その結果を予測することはより難しくなっています。例えば、2012年にパリの裁判所は、「グランド・セフト・オート」シリーズの車両モデルにおけるフェラーリのロゴの使用は、表現の自由および消費者の混乱を招くおそれがないことを理由に、許容されるとの判決を下しました。

イースター・エッグ

知的財産に関するもう1つの興味深い点が、イースター・エッグです。イースター・エッグは、ゲーム開発者がジョークや参照として、ビデオゲームの中に隠している秘密のコンテンツを指します。最も一般的なイースター・エッグは、他のビデオゲームを参照しますが、他の文化的著作物、実生活の出来事、人物、その開発者が以前に開発したゲームなど、まさに何でも参照できます。イースター・

写真：CD PROJEKT RED社提供



「ウィッチャー2：王の暗殺者」の1シーン干し草のそばの白い衣服をまとった死体はいわゆるイースター・エッグで、「アサシンクリード」シリーズをふざけて参照したものです。このような著作権で保護された第三者の要素の使用に関する法的評価は、多くの場合、使用された部分の量と実質性に左右されます。

エッグには、ダイアログ中の概念参照、引用の言い換え、名称、直接引用、ゲーム中のアイテムや画像、秘密の機能の複製またはパロディーとしての改変など、様々な形態があります。例えば「ウィッチャー2 王の暗殺者」では、プレイヤーは白い服を着た死体を干し草の山のそばで発見することができます。これは、ビデオゲームの「アサシンクリード」シリーズをふざけて参照したものです。他の例としては、「ディアブロ3」にはマイリトルポニー（アメリカの女兒向け玩具）を思わせる巨大なユニコーンと戦うオプションがあり、「コール・オブ・デューティ：ブラックオプス2」では、あるマップ上で一定の時間内に特定のアクションを完了した後、プレイヤーはアクティビジョン（Activision）社のレトロゲームをAtari 2600でプレイすることができます。

イースター・エッグにはその性質上、著作権で保護された他の作品からある程度の盗用が含まれることがほとんどです。多くの場合、イースター・エッグの法的評価（および権利を侵害しているか否かの判断）は様々で、使用された部分の量と実質性に左右されます。一般に、盗用が概念上だけのものであれば、権利侵害のリスクは発生しないとされています。これは知的財産法が単なるアイデアを保護しないためです。反対に、他の作品の特定の部分が使用されるたびに、イースター・エッグはおそらく著作権所有者の排他的独占権に抵触するでしょう。そのような抵触が侵害になるかどうかは別の問題で、その答えは、著作権のある著作物の特定の使用を、著作権保護の既存の免責事項に分類できるかどうかによって左右されます。

著作権の例外として広く認識されているのがフェア・ユースの法理です。この法理は、米国の著作権制度で確立されたものですが、ここでは様々な法域における類似の法的制度を含む総称として使用しています。しかし、フェア・ユースの原則は、法制度や法域によって大きく異なります。英米法を採用している国では、一般にフェア・ユースの制限は¹、利用が実際に公正であるかどうかを判断する際

に裁判所が考慮する状況など、一連の公的な規範によって定義されます。そのような状況には、利用の目的と性質、利用の範囲、著作権で保護された作品の性質、利用された部分の量と実質性が含まれます。一方、大陸法系の法制度はフェア・ユースの原則を取り入れておらず、狭義の具体的な例外規定を用いることが一般的です。例えば、説明、批判的分析、教育、パロディーなどの目的で他の作品のごく一部を引用することや、特定のジャンルで慣習的に正当化されている使用などです。

ごく一般的に言えば、「フェア・ユース」の法理のような排他的でない規範を使用している法域のほうが、典型的なビデオゲームのイースター・エッグを正当化する理由を見つけることは簡単です。このアプローチは柔軟性が高く新技術を受け入れやすいためです。しかし、この制度でも、すべてのイースター・エッグが侵害の訴えを回避できるわけではなく、ビデオゲームのクリエイターには一定のリスクがあります。

ユーザー生成コンテンツ

ビデオゲーム内での交流は、プレイヤー同士のコミュニケーションやオンライン・イベントへの参加に留まりません。ソーシャルメディアと同様に、多くのビデオゲームは、プレイヤーがいわゆるユーザー生成コンテンツ（UGC）を作成し、共有することを奨励しています。UGCには、ファンアート、ゲーム実況動画、MOD（ビデオゲームの機能を改変したもの）など様々な形態があり、新しいキャラクターやオブジェクト、構造物、ストーリーなどが含まれます。UGCは、ゲームの開発会社または第三者が所有しているゲーム関連プラットフォームや、ビデオゲーム内で共有されます。プレイヤーの参加を前提としているビデオゲームもあります。

1 この2つの用語を同義とみなすことはできませんが、多くの法域で「フェア・ディーリング」という用語を用いています。

ビデオゲームのクリエイティブな性質の保護は、
従来の文化的著作物の場合と同様に
重要であることを、
立法者や裁判官が認識するようになれば、
クリエイターが法的リスクをあらかじめ予測し、
創造的な仕事をするのは容易になるでしょう。

一方でUGCはゲームを取り巻く強力なコミュニティの構築に役立ち、これがプレイヤーと開発会社に価値をもたらします。他方で、双方にとって法律の地雷原になることもあります。プレイヤーの立場からすると、ビデオゲームを元にしたUGCを作成・共有すれば、必ず何らかの形でそのゲームの知的財産を使用することになります。プレイヤーは、「エンドユーザー使用許諾契約」またはサービス利用規約に記載されている、知的財産の使用に関する規則に従わなければなりません。こうした規則はゲームによって異なり、ほとんどの場合、何らかの疑念の余地があります。一方、開発会社は、違法な、または望ましくないコンテンツが自身のプラットフォーム上で共有されないよう、あらゆる規則に従って設計しなければなりません。また、自身の知的財産が望ましくないコンテンツと関連付けられるリスクも負います。自社の製品をUGCに開放することに関連する主なリスクは、他者の知的財産権を侵害する可能性があること、つまりプレイヤーが知的財産権で保護された他のビデオゲームのコンテンツを混入させてしまうことです。最近の事例では、2020年3月にソニーが、任天堂の有

名なキャラクター「マリオ」をソニーが発売したビデオゲーム*Dreams*から削除するよう任天堂から圧力を受けました。開発会社がすべてのUGCの使用を排除することは実質的に不可能と考えられるため、ゲーム業界では今後同じような事例が増えるでしょう。

サマリー

このように、ごく一部の問題だけを取り上げてみても、ビデオゲームの制作は知的財産に関する課題を伴い、ビデオゲームは知的財産法にとって難しい課題であることは明らかです。急成長している他の業界でも同じですが、技術の変化に合わせて法律の基準を変更することは困難なため、ある程度の法的不確実性は避けられません。しかし、ビデオゲームのクリエイティブな性質の保護は、従来の文化的著作物の場合と同様に重要であることを、立法者や裁判官が認識するようになれば、クリエイターが法的リスクをあらかじめ予測し、創造的な仕事をするのは容易になるでしょう。

知的財産の活用が 中小企業の イノベーションを生む

著者: Frank Tietze氏、英国ケンブリッジ大学工学部知的財産管理 (IIPM) 研究所 (IP Management (IIPM) Laboratory, Department of Engineering, University of Cambridge, United Kingdom) 所長

先進国が開発途上国にかかわらず、中小企業 (SME) は経済で大きなシェアを占めています。中小企業はGDPに大きく貢献しており、業界、市場および生活の場面のすべてにおいてイノベーションの重要な源泉となっています。現在の新型コロナウイルス感染症のパンデミック (世界的大流行) において、中小企業は、危機対応に決定的に重要な製品の開発に貢献してきました。その例として、ドイツに本拠を置く中小企業である、ワクチン分野におけるビオンテック (BioNtech) 社と、新型コロナウイルス感染症の治療薬を特定して最近米国食品医薬品局 (FDA, Food and Drug Administration) の承認を取得した BenevolentAI社が挙げられます。中小企業はまた、現在私たちが日常的に使用しているデジタル通信ツールの多くを支えています。

知的財産 (IP) は、特許および商標から意匠権および著作権までの様々な形で、中小企業にとって極めて重要なものです。多くの調査によれば、自身の知的財産に注意を払う企業、特に中小企業は、概してより良い業績を上げています。知的財産は、設立初期ではスタートアップ企業であり、成功すれば大企業となるGazelles (特に野心的で急成長している中小企業) の命運を一変させると言ってもよいでしょう。知的財産がどのように影響を及ぼすかを示す例をいくつか挙げます。

SwiftKey社

SwiftKey社は人工知能 (AI) の企業で、ケンブリッジ大学の卒業生たちによって2008年に設立されました。2016年に、当時中小企業だった同社はマイクロソフト社に2億5,000万米ドルで買収されました。もちろん、この巨額の評価には多くの理由がありますが、創業者たちが知的財産に注意を払っていなければ、このような売却を成し遂げられなかったことは想像に難くないと私は考えます。

調査によれば、
自身の知的財産に注意を払う企業、
特に中小企業は、
概してより良い業績を
上げることが分かります

興味深いことに、2013年にSwiftKey社は、知的財産に精通する企業であるボーダフォンとIBMの2社で経験を積んだ、熟練した知的財産管理者であるGareth Jones氏を採用しました。SwiftKey社が当時大きなコストを払って知的財産人材の採用を決断したことに疑問を持つ人もいたようですが、私は、それは本当に賢明な決断だったと考えます。この投資は確かに報われました。Jones氏は、SwiftKey社の知的財産を、多国籍企業が買収対象企業を精査するために実施するデューデリジェンス手続きに耐えられるよう管理することを目的として採用されました。この事例を耳にしたときに、私は学生時代にスウェーデンのボルボ・グループのベンチャー部門を訪問したときのことを思い出しました。訪問中に、そのベンチャー部門の当時の責任者は、中小企業が、自身の知的財産を世界の関連市場において保護していることを立証できなければ、その企業の買収に対する興味を即座に失うと話してくれました。ですから、証明することは困難ですが、SwiftKey社は、その知的財産を整備しなくても自社をマイクロソフト社または他の多国籍企業に売却することができたでしょうが、その場合の売却価格は間違いなく実際よりもかなり安くなって



後発開発途上国の脆弱な人々に栄養を提供することを目指すNutriset社は、知的財産の力を理解した上でフランチャイズ・モデルを構築し、それによって現地の製造工場を西アフリカに設立して約400名の恒久的な雇用を創出しました。2020年だけで、Nutriset社は100万人の子供を支援しました。



写真：Nutriset社提供

いただろうと私は思います。私の推測では、その場合の売却価格は5,000万米ドル程度だったでしょう。それはマイクロソフト社が同社を買収するために支払った額の5分の1です。

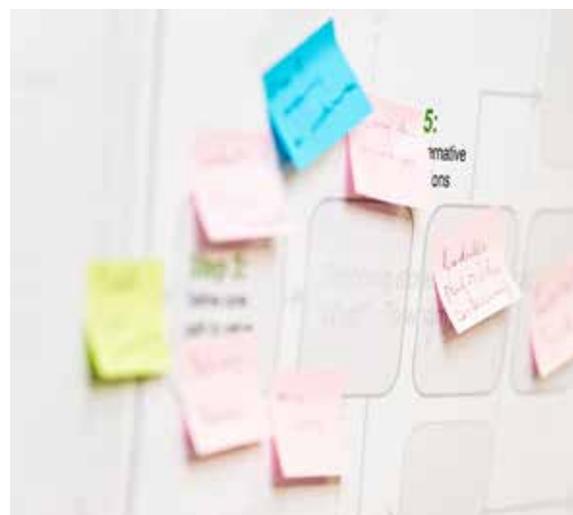
Nutriset社

これは「今はやりの」AIセクターが生んだたった1つの事例にすぎないと思われるかもしれませんが。では中小企業が知的財産を活用できるもう1つの例を挙げましょう。我々のベルmont・フォーラム (Belmont Forum) が資金支援している「持続的な転換を促進するための知的財産モデル」(Intellectual Property for Accelerating Sustainable Transitions) (IPACST) 調査プロジェクトのために (www.ip4sustainability.org)、我々は最近、人道支援セクターで事業を展開するフランス企業である、Nutriset社の最高経営責任者 (CEO) にインタビューを行いました。この魅力的で使命に燃える企業は、主にアフリカの開発途上国における脆弱な子供および妊婦を中心とするすべての人々に栄養を提供することを目指しています。Nutriset社は明らかに知的財産の力を理解し、それを多くの様々な方法で利用して成功しています。Nutriset社は人道支援用製品を、欧州の生産性の高い自動化された製造工場生産してそれを開発途上国に輸出することは望みませんでした。むしろ同社は、持続可能な影響を生み、現地での雇用創出と技能育成を可能にすることを目指してビジネスモデルを作り上げました。それを可能にするために、Nutriset社は特許を使って、南の諸国の現地フランチャイズ加盟者を北の先進国の競争相手から保護しました。北の先進国の競争相手は、模造品を大量生産することで、Nutriset社のフランチャイズ加盟者が達成できるコストを下回ることが可能でした。これは、現地の製造能力を構築して、開発途上国において持続可能な影響を生むというNutriset社の使命を妨げる可能性があります。実際、現在Nutriset社には約20社の競争相手がありますが、そのうち北の先進国の企業は2社のみです。Nutriset社は、その特許を活用して十分な先行期間を確保し、工程に関する知識や登録商標の使用許諾のような、特許によって保護された知的財産と補完的なノウハウを共有するためのフランチャイズ・モデルを構築しました。このモデルによって現地の製造工場が西アフリカに設立され、約400人の恒久的な雇用が創出されました。2020年だけで、Nutriset社の製品は約100万人の子供を支援し、現地の産業に間接的な好影響を及ぼしました。

多くの中小企業が直面する知的財産関連の課題

これらの例は、知的財産を活用することで、経済的な成功と社会に対する好影響の双方に貢献できることを示しています。しかし、多くの中小企業が知的財産関連の課題に直面しています。そもそも、中小企業の経営者は特許取得には費用がかかると理解しているようです。確かに、特許取得には費用がかかりますが、その費用は総合的に把握する必要があります。1つ目として、最近

知的財産を活用することで、
経済的な成功と
社会に対する好影響の
双方に貢献できます



では、一般的に無形資産が企業の中核資産の少なくとも70%を占めているということを念頭に置くことが重要です。2つ目として、統計によれば、10カ国までを対象として、(最大20年間のうち) ちょうど10年間維持された平均的パテントファミリーの累積総費用は約5万英ポンド(約7万米ドル)です。これらの要因を考慮すると、1つの特定の特許が企業の中核資産を保護するとすれば、発明の所有権を主張するために、上級研究開発(R&D) エンジニアの年間給与に等しい金額(その費用は数年にわたって分割)を支払う価値はあるのではないのでしょうか。費用は別にしても、中小企業は特許性のある知的財産資産や著作権で保護できる様々な資産を、ソフトウェア・コード、ウェブページ・コンテンツおよびマニュアルや冊子のような他のビジネス資料、社外秘のノウハウ、アルゴリズムおよびデータ、ならびに、非常に多くの場合、商標の形で、生み出しそして保有しています。知識経済時代になってから何年も経つにもかかわらず、今日でも中小企業は、知的財産権とその利用方法に関する一般的な理解を欠いていることが多いのです。

知的財産を生み出しその所有権を主張できることは重要ですが、知的財産権の付与によって、それらが保護する資産の利用方法があらかじめ決定されるものではないこと

写真: Frank Tietze氏提供



ケンブリッジ大学工学部のイノベーションおよび知的財産管理(IIPM)研究所(www.iipm.eng.cam.ac.uk)は、中小企業の経営者が、彼らの企業が持つ知的財産の最善の利用に関する体系的な対話ができるように知的財産ロードマップ・ツールを開発しました。

に留意しなければなりません。それは所有者次第です。知的財産権によって、その所有者はそれらを誰がどう利用するかについて決定することができます。次の例え話で説明します。あなたが玄関のない家を持っていると想像してください。玄関がなければ、他人が入ってきて冷蔵庫を勝手に使い、長椅子で映画を楽しみ、あるいはあなたのベッドで仮眠することを防ぐことは難しいですね。知的財産権はあなたの家に玄関を設置します。それによって、あなたは誰を家に入れるかを決めることができます。あなたが望めば、玄関を閉めたままにして誰も入れないことも可能です。あるいは、オープンハウス方式として友人や家族の訪問を受けることもできます。家の貸し出しサービスのエアビーアンドビー(Airbnb)に家を登録することにして、お金を稼ぐこともできます。玄関がなければ、これらの選択肢を実行することは難しいでしょう。

さらに、中小企業はインターネットで多くの知的財産情報を見つけることができるものの、残念ながら、経営者が一定の経営目標を達成するための戦略的選択肢を探ることに役立つ効果的なツールはほとんど利用することができません。それに加えて、世の中には多くの有能な特許弁護士がいますが、少なくとも多額の資金を費やさなければ、中小企業が真に中立的な助言を得るのは難しいことが多いのです。当大学の工学部のイノベーションおよび知的財産管理研究所における調査の一環として、我々は中小企業とスタートアップ企業のための容易に利用できるツールキットの開発に着手しました。中小企業とスタートアップ企業が大半を占める、20社を超える企業と共同開発した知的財産ロードマップ・ツールはその一例です。それは、中小企業の経営者が、彼らの企業が持つ知的財産の最善の利用に関する系統立てた対話ができるように設計されています。この知的財産ロードマップ・アプローチはワークショップ形式で運営され、4段階のプロセスを通じて参加者を導く視覚テンプレートを活用します。

オープン・イノベーションとの関連において知的財産を管理する

オープン・イノベーション・プロジェクトにおける知的財産管理は、知的財産関連のもう1つの重要な課題を中小企業に投げ掛けます。革新的な製品、サービスおよびソ

中小企業は、
オープン・イノベーションに参加する際に、
特定の知的財産関連の課題に対応するための
適切な支援が不足しています

リューションを共同で開発するために、大手多国籍企業や大学などとの共同研究に参加する企業が大きく増えています。実際に、欧州委員会を含む各国政府がオープン・イノベーションを推進しているため、中小企業は、欧州イノベーション・技術機構 (EIT) が資金提供するHorizonコンソーシアムのような、2国間または多国間のオープン・イノベーション・プロジェクトに関与することになるかもしれません。知的財産を構築してそれを活用することは中小企業にとって引き続き容易ではありませんが、オープン・イノベーション・プロジェクトはそれ特有の知的財産関連の課題を伴います。例えば、オープン・イノベーション・プロジェクトに参加する際、中小企業は彼らのパートナーと共同研究協定の交渉を行う必要があります。その相手は大規模な弁護士チームを持つ大手多国籍企業となる場合があります。そのような共同研究に参加する際、中小企業は知的財産のリスク評価を行い、彼らのバックグラウンドIP (もともと彼らが保有する知的財産) の確定と特定を行い、さらに参加パートナーが共同で構築することを目指す第一線のIPを誰が所有するか交渉しなければなりません。

我々が現在進めている欧州委員会のためのPOINTプロジェクト (www.ifm.eng.cam.ac.uk/research/innovation-and-ip-management/research-projects/easmepoint) において、私のチームは欧州全土の中小企業にインタビューを行い、中小企業が協力的パートナーシップにおいてイノベーションを起こす際に直面する課題に関する見解をまとめました。このプロジェクトは、ベストプラクティスな介入を特定し、欧州委員会がそれらの課題への対処を支援する際の方法に関する助言の提供を目指しています。暫定的な結果によると、中小企業は、オープン・イノベーションに参加する際に、特定の知的財産関連の課題に対処するための適切な支援を受けていません。使用許諾契約書の定型書式や契約書作成の手引書をオンラインで利用できるようにすることよりも、この点についてより多くの支援を提供することが、次世代の成功する中小企業に到達するために役立つ、より良い投資だと思われます。

Julius K-9[®]社：愛犬家のニーズに応えるイノベーションおよび意匠の利用

著者：Catherine Jewell氏、WIPO情報・デジタルアウトリーチ部
(Information and Digital Outreach Division)



写真：Julius K-9[®]社提供

「我々は25年前、飼い主が彼らの犬と望み得る最高の時間を過ごすためには、適切にデザインされた道具が必要であることに気づき、以来その目標に力を注ぎ続けています」とJulius K-9[®]社の創業者兼CEOであるGyula Sebő氏は言います。

ハンガリーのブランドであるJulius K-9[®] は、犬を飼っている人の間では、その高品質のハーネス、リードおよびその他のアクセサリーで有名です。その創業者であるGyula Sebő氏は、今を遡る1997年にハンガリーのブダペストにある彼のガレージでこの会社を始めました。浮き沈みはありましたが、この会社はその後、世界中の愛犬家に革新的な器具を提供する、ハーネスとアクセサリーの

写真：Julius K-9®社提供



「過去10年間の新製品の発売における私の経験から導き出せる主な結論は、特に製品のデザインと技術内容に関して、可能であればすべての面でイノベーションを保護することです」とGyula Sebő氏は説明します。



Julius K-9®社は、最近ハンガリーのTiszafüredで新しい製造工場を開きました。

一流メーカー兼販売会社になりました。Julius K-9®社のような会社にとって、注意深く策定された知的財産戦略を創業時から持つことが重要である理由を、Gyula Sebő氏が説明します。

Julius K-9®社を創業した経緯を教えてください。

私は1997年に、この会社を妻のAnikó Bakosと共に設立しました。我々は自分たちのガレージから本当の新規事業方式で始めました。それまではしばらくの間オーストリアでボランティアの犬の調教師として働き、警察犬を訓練していました。そのときに私は、訓練は非常に専門的なものであるにもかかわらず、器具が比較的簡単なものであることに気づきました。その当時はニッチな分野でしたが、市場には空白があることを私は実感しました。私はハーネスの作成方法を学ぶために馬具職人としての訓練を受け、そしてそれが、私が犬のハーネスの製造に足を踏み入れてこの会社を設立することになった経緯です。我々の最初の顧客は警察と警備会社でした。軍用犬を扱う仕事をするということは、特殊な器具を開発できることを意味しました。実際に我々は、犬の防弾チョッキを欧州で初めて製造した企業でした。しかしその後、我々は消費者市場に集中することに決めました。紛争状態から利益を得ていると見られなくなかったですし、また犬が感情に訴える力と彼らが人間に与えてくれる親しみに気づいたのです。私は、もし4つ足の友人である犬が話すことができれば、彼らは我々に、人間は愛される権利があると教えてくれると確信しています。私は私の人生をペットの幸福のためのイノベーションに捧げてきました。私が考えるに、犬を飼うということは思いやることであり責任を持つことです。その代償として、犬は我々の生活に喜びをもたらします。我々は25年前、飼い主が彼らの犬と望み得る最高の時間を過ごすためには、適切にデザインされた道具が必要であることに気づき、以来その目標に力を注ぎ続けています。

どうして会社名をJulius K-9®としたのですか。

会社名を選ぶことは大変重要です。我々は非常に簡単な方法で決めました。我々はハンガリーからオーストリアとドイツに輸出しているので、私の名前Gyulaのドイツ名であるJuliusを選び、それをK-9と組み合わせました。K-9

はブダペストのケール通り9番地 (Kele Street 9) のことで、我々の住んでいたところであり、私が最初に犬を飼ったところでした。

会社を成長させる過程で直面した最大の課題は何でしたか。

浮き沈みがたくさんありました。例えば2000年代の半ばに、ハンガリーにおける繊維と皮革産業が2年間衰退しました。そのため、我々がハーネスに使うこれらの素材の価格が急騰しました。それに加えて、我々は何年間も訴訟に巻き込まれました。それは特に、悪質な海外代理店が我々のほぼすべての商品を低コストのメーカーにコピーさせて、ドイツ全土の1,700の小売店にある我々の在庫すべてと置き換えるという不運が原因でした。これによって当社は数百万ユーロの損害を受けました。だからこそ我々は、我々のブランドに投資し、断固とした知的財産 (IP) 戦略を実行し、そしてイノベーションを続けることに注力するという意識的な決断をしたのです。

Julius K-9®社のような企業にとって、知的財産保護について考えることが重要なのはなぜですか。

今日の市場で事業を始める人は、世界貿易戦争の只中にいることになります。この戦場に武器を持たずに入ることにはできません。それは我々が1997年に事業を始めたときに経験したことでした。ましてや現在ではなおさらです。製品の開発を始めたときに、我々は多くの技術的イノベーションを得ました。しかし我々にはどれを保護すべきか、あるいはどれが後に世界的な成功を収めるかは分かりませんでした。我々の競争相手が当社に注目していることが分かったので、早い機会に商標を登録しブランドを保護することにしました。我々は、Julius K-9®ブランドを含む図形的標章を申請しました。私は間違いを犯したと思います。「Julius」と「K-9」をそれぞれ単独でも保護すべきでした。そうしていれば、現在の我々の法的な問題はずっと少なくなっていたでしょう。会社を設立する際には、確固たる知的財産戦略を構築し、保護しようとする知的財産資産とそれらを保護する方法に関して明確な認識を持つことが本当に重要です。私の経験では、最初の被害を受けるのは、製品の価値を生み出し終え、競争相手や他の市場

参加者がそれから利益を得る機会を見いだしたときです。ですから、企業は初期の段階から、知的財産戦略を整えて事業上の利益を保護し守る必要があります。

事業において知的財産をどのように活用していますか。

ブランド名を保護した後は、技術内容の保護に力を入れるようにしました。というのも、当社のデザインや技術的要素が模倣され始め、市場シェアが実際に低下していたからです。その後、当社で2番目に売れている製品ラインを実用新案で保護することにしました。実用新案は特許に似ていますが、特許より容易に取得できます。弁理士に相談しましたが、私の希望を十分に理解してもらえなかったため、いろいろな研修コースに参加して産業財産権分野の勉強に没頭し、特許と実用新案の出願書類の書き方を学びました。

特許は重要です。我々はそれらを複数の市場における中核的技術の保護に利用しています。実際にこれを実行するため、我々は特許協力条約を利用して、手続きを簡素化しました。しかし一般的には、特許手続は複雑で費用がかかり、また特許が付与されるまで長期間待たなければなりません。ですから我々のいる変化の速い市場では、生み出した新しい技術的要素（その一部はどちらにせよ特許による保護の対象となりません）を実用新案と意匠権で保護しています。これらの権利の取得にかかる時間はより短く、費用もより少なくなります。

我々は、それらを使うか否かは関係なく、高品質のインベーションとデザインを開発することに注力しています。その後我々は、最良で最も人気のあるデザインと技術コンテンツを市場に投入します。通常我々は、新しい製品のデザインを必ず目を引くものにします。これは市場における製品の売れ行きに大きな違いを生みます。実際に我々のデザインは多くの賞を獲得しました。意匠権によって、他の供給元からは得ることができない製品を、保護されているため安心して小売業者に供給できます。

長年の間、我々は自らの成功の犠牲者でした。従来 of 製品ラインの大きな成功と、その需要に応じるために大量の生産が必要だったので、我々は新しい製品を売り出すこ

写真：Julius K-9®社提供





オンラインでの販売が増加しているため、
我々の知的財産戦略が
オンラインの世界で効果的であり
容易に実施できることを保証する必要があります

とが全くできませんでした。このため2、3年前に、我々は方向性を変更して生産の自動化を始めました。これによって生産性を向上させ、取扱い製品を拡大し、そしてイノベーションに対する犬の飼い主の要望に応えることができました。彼らは当社の主要な顧客であるため、それは重要なことです。我々はまた、知的財産の保護に対する3本の柱からなるアプローチを実行しました。それは、ブランド、デザインおよびイノベーションの技術要素を保護することです。我々はマドリッド協定とハーグ協定の両方を活用して、様々な対象市場において商標および意匠を保護しました。これらの協定によって、簡単かつ費用対効果の高い方法で保護ができました。

権利侵害は問題ですか。

はい、それは我々が非常に重要視していることです。当社には小さなチームがあり、上位50程度のオンライン小売プラットフォームを常に監視して、当社の知的財産権を侵害する可能性のある製品を特定しています。これは、当社の製品にそっくりで、より安く、ことによると当社の名前が付いた製品が市場に溢れることを防ぐために必要なことです。オンラインでの販売が増加しているため、我々の知的財産戦略がオンラインの世界で効果的であり容易に実施できることを保証する必要があります。そのため、オンライン市場では、商標と意匠の保護に注力しています。それが模倣品から自らを守る最良の方法です。

知的財産戦略は事業の成長にどのように貢献していますか。

知的財産の保護に注力することによって、企業の価値に関する新しい機会が生まれています。製品ラインがあらゆる面で保護され、リスクなしに販売できるという事実は、我々にとって大きな戦略的価値です。知的財産権は、我々の競争相手が同等の技術内容またはイノベーションを持つ類似製品を販売することを、我々が積極的に防げることを意味します。

将来の計画を教えてください。

最近ハンガリーのTiszafüredで新しい製造工場を開きました。これによって当社の従業員数は約500名まで増加します。Julius K-9®

社ではアイデアが尽きることはありません。ですから我々はイノベーションに取り組み続けます。我々のイノベーションが支持を獲得し続け、我々の製品は将来の市場でも価値が認められると確信しています。センサーを組み込んで動物の生体機能を測定し、日常活動を監視する犬用スマート・ハーネスがその一例です。

製品の商品化において得た主な教訓は何ですか。

過去10年間の新製品の発売における私の経験から導き出せる主な結論は、特に製品のデザインと技術内容に関して、可能であればすべての面でイノベーションを保護することです。それができないと、被害に遭いやすくなります。我々はまた、世界のオンライン取引の危険性を考えると、製品を売りたい市場に関する情報を十分に得ることがいかに重要かを学びました。すべての新製品を発売する前には、入手可能な製品を明確に把握するために、市場を徹底的に調査します。また、既存の権利の侵害をできる限り避けるために、既存の特許と意匠権を調査します。

もう一度事業を始めるとしたら、どのようにやり方を変えますか。

もし今もう一度やり直すとしたら、カスタマイズ可能な製品の開発をもっと早くから始めるでしょう。知的財産権を得るには多くの費用がかかるため、最も効率的なアプローチは、中核的技術を保護することと、それらを、保護の対象にもなり得るカスタマイズ可能なアクセサリーとバリエーションで補完することだと学びました。これが我々の現在のアプローチで、それはうまく機能しています。知的財産ポートフォリオの多様性は我々の強みですが、アイデアのすべてを製品化する能力は持っていません。そのため、我々はライセンス供与プログラムを構築し拡大することを目標としています。既に多くのライセンス契約の締結に成功しており、今後さらに増やす予定です。ライセンス供与は、自らのアイデアをイノベーションにつなげる能力を持たない企業にとって良い選択肢です。ライセンス供与の機会を適切なプラットフォームで宣伝することで、潜在的な投資家を呼び込むことを期待しています。

知的財産権は、
我々の競争相手が同等の技術内容または
イノベーションを持つ類似製品を販売することを、
我々が積極的に防げることを意味します

地理的表示 (GI) 保護により パンテレリア島 (Pantelleria) の ケーパー生産が復活

著者: Michele Evangelista氏、
WIPOリスボン登録部 (Lisbon Registry)
およびCatherine Jewell氏、WIPO情報・
デジタルアウトリーチ部 (Information and
Digital Outreach Division)

シチリア島の南岸沖合に位置
する小さな島であるパンテレ
リア島は、世界最高とみなす
人もいるケーパーの産地です。



シチリア島の南岸沖合に位置する小さな島であるパンテレリア島は、世界最高とみなす人もいるケーパーの産地です。この味が濃く香りの良い蕾は美食家を喜ばせる存在であり、多くの料理や前菜の絶好の付け合わせです。長年の間、それはイタリアで地理的表示 (GI) として保護される唯一のケーパーでした。パンテレリア島でケーパー農家、加工プラントおよび高級食材研究所として運営し続けている唯一の企業であるBonomo&Giglio社を率いるGabriele Lasagni氏が、地理的表示保護によってこの島におけるケーパー生産がどのように助けられ、彼の会社の繁栄が可能になったかを説明し、将来の計画を明かしてくれます。

Bonomo&Giglio社およびその成り立ちについて教えてください。

パンテレリア島出身でいところ同士であるAntonio Bonomo氏とGirolamo Giglio氏が、第二次世界大戦の直後にこの会社を設立しました。1943年9月にイタリアが連合軍とカッシビレ (Cassibile) の休戦協定を締結したときに、私の妻の祖父であるAntonio Bonomo氏は北イタリアで兵士として従軍していました。休戦条約が締結された後、彼は軍隊をやめてパンテレリア島に帰郷することにしました。しかしイタリアを縦断することはまだ危険過ぎたので、レッジョ・エミリア (Reggio Emilia) にしばらく滞在することにしました。実際には彼はそこで結婚しそのまま住み着きました。戦後の数年間に、彼はケーパーやブドウなどの伝統的作物をパンテレリア島からレッジョ・エミリアへ輸送する手配を始めました。彼は親類の人や友人がそれらの品質と独特の味に喜ぶのを見たことから、彼のいとこであるGirolamo Giglio氏と会社を設立することにしました。彼らはその会社をBonomo&Giglioと命名しました。当初はブドウとケーパーを販売しましたが、1970年代に彼らはケーパーだけに注力する決断をしました。2人のいとこが2004年に亡くなった後、Antonio Bonomo氏の孫娘の夫として、私はこの家業を引き継ぎました。

それまでにケーパーを扱う仕事の経験はあったのですか。

いいえ、私はイタリア北部のエミリアロマーニャ (Emilia Romagna) で育ちました。2004年にこの会社を引き継い

だとき、私にはケーパーに関する知識や、この会社のような事業の経営経験は全くありませんでした。実際私が始めたときは、パンテレリア島でのケーパー生産が衰退していたため、私は不利な状況で戦っていました。私をパンテレリア島とそのケーパーに引き合わせてくれたのは妻でした。私は最初の訪問で、島の黒い岩と輝く海にほれ込みました。そしてAntonio Bonomo氏が亡くなったとき、私は妻の家業を引き受ける決心をしました。私は、この素晴らしい他に類を見ない作物が、正しく評価され価値を与えられる必要があると確信しました。うれしいことに、私の決断と情熱は報われました。

製品について教えてください。

現在、当社はケーパーをLa Nicchiaというブランドで生産し販売しています。我々はケーパーを、塩漬け、オイル漬け、乾燥およびクリーム状など、様々な形態で提供しています。我々はまた、蜂蜜、マーマレードやワインなど、この島で作った様々な高品質の製品も販売しています。当初は塩漬けのケーパーのみを生産していました。それが、製品の品質がその地理的起源に結び付いていることを証明する知的財産権である地理的表示として保護されているケーパーの形態です。その後私は、ケーパーをオイル漬や乾燥など他の形態で生産し市場に出し始めました。我々はまた、より広い範囲の消費者のニーズに応じて販売を増やすため、クリームやソースなど派生的な製品を作り始めました。パンテレリア島のケーパーの地理的表示によるステータスは当社の市場での立場を強化するために非常に重要でしたが、私は当社が成長してその評判を高め、また同時に現地の他の生産者の他の製品に価値を与えることができるように、他のルートを検討して新しいプロジェクトに投資したいと思っていました。

パンテレリア島のケーパーの地理的表示によるステータスは、事業にどのように役立ちましたか。

この島のケーパーの独自性を認識することで、地理的表示が登録されて以降、当社はたぶんこの島の他のすべての生産者よりうまく、それを活用してきました。我々は、市場での立場を強化して競争力を取り戻すため、我々の製品の品質に投資する必要があることが分かっていました。

ケーパーは、開
花したケーパーの
低木の熟してい
ない蕾で (学名:
Capparis spinosa)
フリンダース・ローズ
(Flinders Rose) の
別名でも知られます。

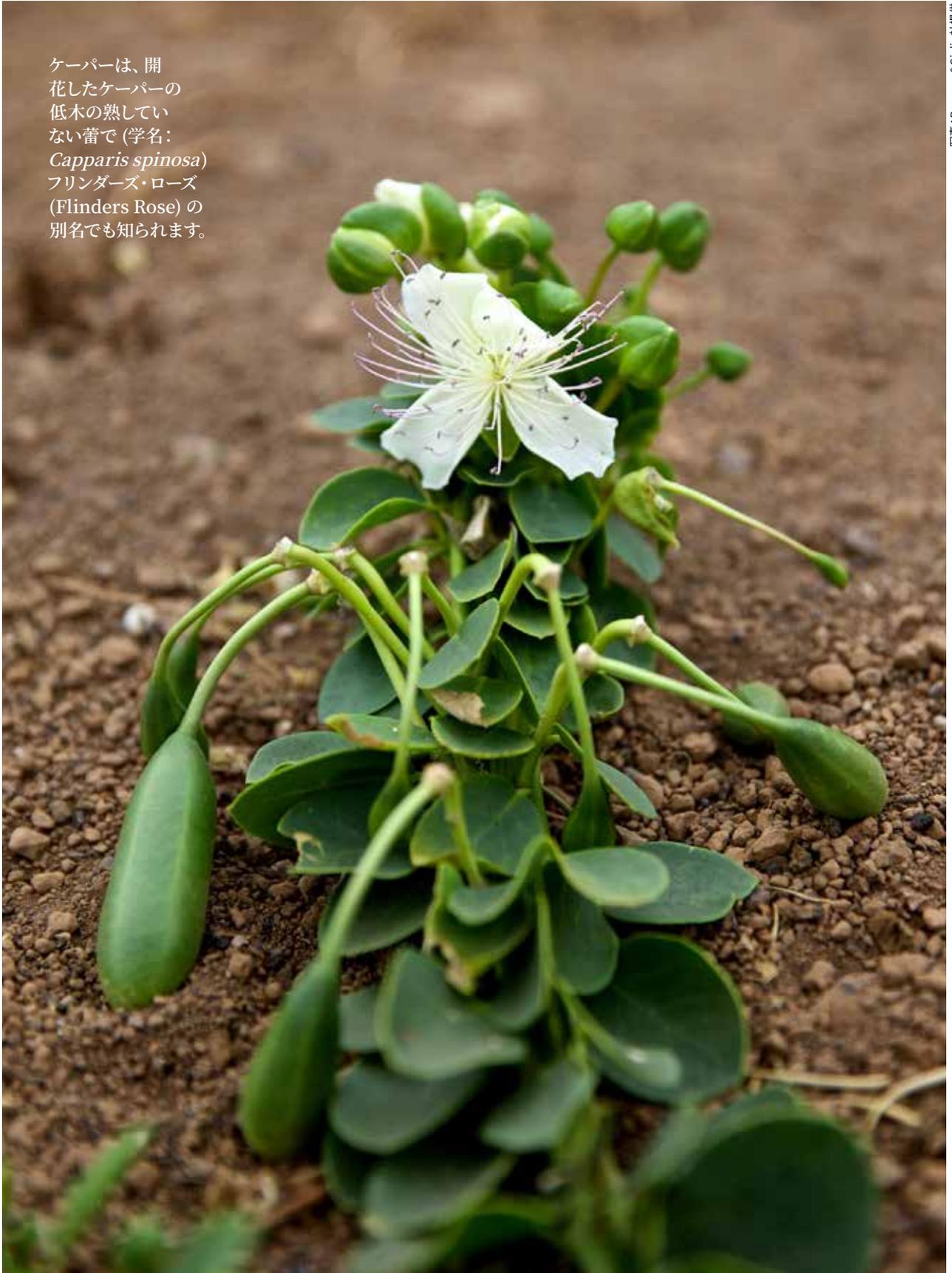


写真: Bono mo & Ciglio 社提供

写真：Bonomo&Giglio社提供



パンテレリア島の水はけが良く、肥沃でミネラルが豊富な火山性土壌と地中海性気候によって、島のケーパーの独特の風味が生まれます。



パンテレリア島の地理的表示の認証を受けたケーパーは、その大きさによって選別され、風味を高めるために海塩漬けにされます。

2000年代に、イタリアの大手スーパーマーケット・チェーンが、我々の事業に重要な影響を及ぼす取組みを始めました。彼らは、イタリアの料理法の素晴らしさを反映した、地域および地元の高品質の製品ラインの開発を決めたのです。彼らの目的は、昔からあるイタリアの料理の伝統とその高品質な製品を消費者に再認識してもらうことでした。言うまでもなく、地理的表示の認証を受けた製品の生産者はこれを大変喜びました。地理的表示のステータスは、原産地、製造方法および製品の原産地に結び付けられた品質の、反論の余地のない保証だからです。イタリアのスーパーマーケット・チェーンにとって、地理的表示の品質および認証制度は、信頼できる本場の製品を消費者に提供する最も容易な方法でした。彼らの取組みによって、我々の地理的表示であるパンテレリア島産ケーパー (*Cappero di Pantelleria*) をイタリア最大のスーパーマーケットの流通経路に乗せることが可能になり、当社の製品が少なくともイタリアおよび地中海沿岸の他の地域でより広く購入できるようになりました。

パンテレリア島のケーパーが地理的表示のステータスを得ることになった経緯を教えてください。

1960年代と1970年代には、ケーパー事業は島の住民にとって主要な収入源の1つでした。我々は自分たちのケーパーを生産し、不足分は地元の他の生産者のケーパーで補って、卸売業者、供給業者および缶詰会社に販売していました。当時、我々は当社のブランドの構築をまだ始めておらず、パンテレリア島のケーパーはまだ地理的表示として保護されていませんでした。

その後、1980年代半ばにイタリアとその他の地中海沿岸諸国との間の関税が廃止されたことで、我々の売上は急減しました。この島の生産者は、ギリシャ、北アフリカおよびスペインのケーパーに全く太刀打ちできませんでした。島の住民の多くはケーパーの生産と農業すべてを放棄し、景気の良かった島の観光部門へ移りました。

ケーパーの生産が減少したため、生産者は、島のケーパーを地理的表示として登録することがケーパー事業を蘇らせる1つの方策となると判断しました。競争力を取り戻すためには、この島のケーパーの起源、歴史、伝統および独特の品質を証明する公式のラベルが必要なことを、我々は理解していました。ケーパー生産者農業協同組合 (*Cooperativa Agricola Produttori Cappero*) の努力のおかげで、パンテレリア島産ケーパーは、1993年にイタリア、そして1996年6月には欧州経済共同体 (現在の欧州連合) において地理的表示として登録されました。

パンテレリア島のケーパーは世界一です。パンテレリア島はシチリア島とアフリカの間に位置します。水はけが良く、肥沃でミネラルが豊富な火山性土壌と地中海性気候 (雨が少なく夏が暑い) によって、我々がこの島で育てるケーパーの独特の風味が生まれます。

地理的表示のステータスは、
原産地、製造方法および
製品の原産地に結び付けられた品質の、
反論の余地のない保証です

この地理的表示は パンテレリア島のケーパーの復興に 極めて重要でした

パンテレリア島のケーパーが地理的表示として登録されて以降、消費者に最高品質の製品を届けるため、我々はそれらを最高の水準で作ることに力を注いできました。この献身は2007年に報われました。先ほど述べたとおり、イタリアの大手スーパーマーケット・チェーンが彼らの高品質な製品ラインに地理的表示の認証を受けたパンテレリア島産ケーパーを加えたのです。当時 Bonomo&Giglio社はこのケーパーを供給できる唯一の市場参加者だったため、これは我々にとって素晴らしいニュースでした。その年に、我々は生産能力を大きく超える注文を受けました。私は地元の農家からケーパーを買わざるを得ず、翌年には生産能力の増強が必要でした。この地理的表示はパンテレリア島のケーパーの復興に極めて重要でした。この地理的表示がなければ、スーパーマーケットに供給することはできなかつたでしょう。現在でも、地理的表示の付いたラベルのケーパーへのイタリアのスーパーマーケットからの需要が私の事業の大部分を占めており、経費と他のプロジェクトに投資するための費用を賄うことができます。

地理的表示は地元の特産品と伝統を保護するために

使われることが多いのですが、それらは変えられないものではなく、新しい生産物や消費の傾向に適応させることができます。

パンテレリア島産ケーパーの地理的表示をどのように進化させたいですか。

パンテレリア島産ケーパーの品質と評判により良い価値を与えるために、見直さなければならない明細書 (Book of Specifications) の側面があります。最後の変更は2010年に行いました。明細書は、地理的表示の認証を受けた製品の産品基準を生産者が合意したとおりに定めています。それは変更できないものではなく、生産者が公表した新しい知識や技術に従って、必要なときに更新することができます。ただしそれらは地理的表示の原産地、特異性および伝統に忠実であり続ける必要があります。

私の考えでは、地理的表示の使用に関して生産者が定めた基準を緩和するために、明細書を修正する必要があります。これによって我々は、パンテレリア島のケーパーの特異性と信頼性を維持し続けながら、新しい産品および消費の傾向に対応することができます。現在、その地理的表示のラベルに従えば、苗木1本当たり/1平方メートル当たりで一定の量のケーパーしか商品化できません。パンテレリア島産ケーパーが地理的表示として登録されたとき、イタリアではこの方法で保護されているケーパーは他にありませんでした。そのため生産者は、パンテレリア島産ケーパーに地理的表示を利用するための基準を制定する際に、地元ワインの地理的表示であるパンテレリア島産パッシート (*Passito di Pantelleria*) の明細書から着想を得ました。ブドウを生産するとき、苗木に行われる剪定の量はブドウの品質に反比例します。つまり、生産されるブドウが少ないほど品質は良くなります。

写真: Bonomo&Giglio社提供



しかし、ケーパーはブドウではありません。そして長年の間に、ケーパーに関しては量と品質の間に実際の関連性はないことに気づきました。その上、生産者がパンテレリア島産ケーパーという地理的表示の明細書を設定したときに、彼らは塩漬けのケーパーだけに言及していました。現在は、パンテレリア島産ケーパーの地理的表示を、ケーパーのオイル漬やクリームなど、それだけで作られた他の料理の材料として明確に記述することは我々にとって有益です。この島のケーパー生産者が明細書を更新する必要があるという可能性を利用することにより、我々はパンテレリア島産ケーパーという地理的表示からより大きな価値を得ることができるでしょう。

私はまた、パンテレリア島産ケーパーという地理的表示のための生産者組合の設立を支援したいと思います。イタリアでは、伝統的にそのような組合が地理的表示製品の生産者を支え、彼らの権利を保護するために尽力します。そのために組合は、製品の宣伝およびマーケティング、模倣、悪用、混同惹起、あるいはその他の不正流用および不当競争行為に対する生産者の権利行使、ならびに生産者の代理としての国内外の公的機関との連携などを行います。そ

最近、
多くの新しい市場参加者が
我々のケーパーに
関心を示し始めています

のような組合を設立して我々の地理的表示を管理するため、この島のケーパー生産者の間で話し合いが行われています。

**あなたが行っているような事業を支援するために
公的機関ができることは何ですか。**

加工品を含め、市場における模倣、悪用、混同惹起や、その他の不正流用および不当競争行為に対しより厳格な規制を行ってもらえれば非常に助かります。私の経験からすると、公的機関は、製品のバリューチェーンにおいては、産品が明細書、国内および欧州の法律に従っていることを確認するための徹底的な規制を行いますが、バリューチェーンの外側で地理的表示をフリーライダーから保護するための規制はあまり行われていません。インターネットで検索すると、パンテレリア島産と虚偽の申告をしているケーパーがたくさんあります。

将来の計画を教えてください。

最近、多くの新しい市場参加者が我々のケーパーに関心を示し始めています。例えば、地理的表示の認証を受けた製品を使うと彼らのメニューに高級感と価値を加えられるため、グルメ・シェフが我々のケーパーを使っています。このように異なる形でケーパーへの需要が増えていることが、明細書の修正が我々にとって緊急の課題となっているもう1つの理由です。これによって我々は、パンテレリア島産ケーパーという地理的表示の独自の品質と特性を失うことなく、この市場の新しい需要に応えることができます。地理的表示を戦略的に展開することで、私の事業およびパンテレリア島の他の生産者が引き続き利益を得ると確信しています。

私はまた、私の*La Nicchia*ブランドの下での品揃えを増やすため、地元の他の生産者とのパートナーシップを作り上げたいと思います。それには蜂蜜やサフランの生産者も含まれます。私が提案している契約によって、私が彼らの製品の購入と流通の面倒を見ることにより、彼らは自らの事業の成長と展開に集中することができます。それは双方にとって利益となる契約です。このように協力することによって、我々はお互いの製品の価値を高め、雇用を増やし、そしてこの島の経済全体を押し上げることができます。

スタートアップ企業と 中小企業の 知的財産戦略： ある投資家の視点

著者：Jag Singh氏* Techstars社、
マネージング・ディレクター、ドイツ、ベルリン

*Jag Singh氏は優秀な起業家であり、現在は欧州で最も活発なエンジェル投資家の1人として、プレシードからシリーズDまで幅広く投資しています。2018年末からTechstars Berlin社を率いており、これまでに4社をゼロから立ち上げ、最初の2社は2007年と2009年に売却しました。Singh氏は政治および選挙戦略でも10年に及ぶ経験があり、米国大統領選挙戦の他、英国および汎欧州の政治家や政治運動団体に助言を行いました。

Techstars社の世界的なネットワークは起業家の成功を支援しています。Techstars社は、起業家はすべての人にとってより良い未来を創造する、コラボレーションはイノベーションを推進する、優れたアイデアはあらゆるところに存在する、という3つのシンプルな理念に基づいて2006年に設立されました。現在は、世界中の誰もが起業家の成功に貢献し、成功から恩恵を受けられるようにすることを使命としています。アクセラレーター・プログラムとベンチャーキャピタル・ファンドの運営に加え、スタートアップ企業、投資家、大企業、都市を結び付け、活力あるスタートアップ企業コミュニティの構築を支援しています。Techstars社が投資した企業は2,200社を超え、現在の時価総額は290億米ドルに達しています。

出口戦略がすべてです。つまり、あなたと投資家が事業に注ぎ込んだ時間、エネルギー、資金に対する見返りをどのようにして得るか、ということです。売却について検討することは重要です。結局のところ、起業家にとっても投資家にとっても、見返りの大半は売却時に実現するからです。

過去15年間、最初は起業家として、そして現在は投資家として、私は受賞歴のある多くのベンチャー企業が世界のスタートアップの墓場で消えて行くのを目にしてきました。なぜでしょうか。ほとんどの企業が事業資産を保護するための知的財産 (IP) 権を取得していなかったことが主な理由です。ですから、スタートアップ企業や中小企業は、できるだけ早い機会に知的財産に注意を払う、あるいは少なくとも検討する必要があります。

知的財産：事業を支える様々な権利

知的財産権について考えるとき、まず思い浮かぶのは特許だと思いますが、知的財産権には著作権、意匠権、商標、営業秘密も含まれます。それぞれ、製品やサービスの異なる側面を保護します。営業秘密および/または特許は、発明や新しい技術ソリューションを保護し、著作権と意匠権は独創的なクリエイティブ・コンテンツを保護し、商標 (および意匠) はブランドを保護し、ブランド構築を支援します。知的財産権は、発明者や創作者が知的な成果物を取引可能な商業資産に変えることを可能にします。知的財産権によって、知的財産

写真：Jag Singh氏提供



「スタートアップ企業や中小企業の多くは、知財資産が企業価値を向上させ、好条件で売却できる可能性を高めることを認識していますが、知財資産を保護し育てている企業はほとんどありません」とJag Singh氏は言います。

権の所有者は指定された期間中、発明または創作物の第三者による無許可の使用を阻止する、または利益を生むビジネス取引の交渉を行う選択肢を手に入れます。

知的財産法は、保護された知財資産の無許可の使用にペナルティを科します。しかし、より重要なことは、企業が革新的で創造的な成果物の所有権を主張し、価値を引き出すことを、知的財産法が認めていることです。これを実現するには、例えば、類似した名称の競合他社が同じ地理的環境で活動し、消費者を混乱させることを防ぐために、ロイヤルティーの支払いと引き換えに知的財産権の使用を許可する方法があります。

知的財産：投資家の重要な考慮事項

知的財産権は、今日の知識経済において重要な経済資産です。ですから、スタートアップ企業や中小企業は、自社の発展の初期段階で知財戦略を構築する必要があります。そうすることで、知財資産を成長に生かすことができます。

投資家は、 起業家が知的財産権を 事業計画に組み込むことを 期待しています

投資家として、同僚と私は企業を設立当初から調査するようにしています。設立時に、企業は裏付けとなる十分な証拠なしに多くの約束をします。現代経済では、知財資産は現在および将来の収益を増加させることが多いため、投資家は起業家が知的財産権を事業計画に組み込むことを期待しています。知的財産に対する何らかの説得力のあるアプローチがあれば、少なくとも、将来的に会社をどうやって数十億ドルで売却するかという大きな問題について、投資家と足並みがそろっていると言えるでしょう。

スタートアップ企業や中小企業の多くは、知財資産が企業価値を向上させ、好条件で売却できる可能性を高めることを認識していますが、知財資産を保護し育てている企業はほとんどありません。知的財産に関する理解が不十分で、知財資産の保護には高額のコストがかかるとの見方から、スタートアップ企業や中小企業は知的財産の検討を怠りがちです。知財の保護を慎重に検討しなければ、大きな代償を伴う可能性があります。

効果的な出口戦略の策定

優れた出口戦略を策定するために、スタートアップ企業や中小企業は、どの知的財産権が事業にとって重要であり、知財資産をどの段階で保護するかを検討する必要があります。

いろいろな意味で、起業家は投資家でもあります。起業家は、事業の構築と成長に貴重な時間とお金を費やします。知的財産に関しては、どの企業も、事業およびその商業的適合性について大局的な視点が必要です。知的財産を事業計画に完全に組み込み、知財資産を社内で効果的に管理するために何をすべきか検討する必要があります。

人材に関しては、知財に対する意識の向上と、知財に関するスキルと専門知識の習得が必要です。これは、資格のある知財顧問またはコンサルタントを雇うことで実現できます。多くの場合、彼らはまず企業の機密情報を保護する簡単な対策を導入し、知的財産権の譲渡方法および所有者を明確にする条項を雇用契約に加えます。

企業サイドでは、企業オーナーは様々な知的財産権を利用して事業目標を達成する方法や、知的財産権の取得方法についての基本的な理解が必要です。ある種の知的財産権を取得するには、特別な手順が必要になります。例えば特許の場合、ある発明に関する特許権を主張できるかどうかは、様々な要素の中でも特に新規性に左右されます。そのため、企業は特許出願の前に、新しい技術開発に関する情報の漏洩を防ぐ措置を講じる必要があります。

アーリーステージの投資家は、 知的財産権の取得プロセスを リスク分担の実践と考えています

特許出願書類にクレームをどう記載するかも極めて重要です。クレームは特許請求の範囲を定めるもので、競合する製品・サービスが特許を侵害しているかどうかを判断することができます。出願書類のクレームを起案する際に、出願人が技術を狭く定義し過ぎるケースがあまりにも頻繁に見られます。その結果、他社は容易に特許技術を回避して設計できるため、取得した特許を使用して競合他社を阻止することができなくなります。投資家は、企業がすべての関連資産について安定した知的財産権を取得し、自社の目標やプロセスに即して知財ポートフォリオを管理することを求めています。

5つのよくある落とし穴

中小企業は事業の構築を急ぐあまり、以下の点に関連して行う決定が予期せぬ結果を生み、広範囲に影響が及ぶことが頻繁にあります。

1. オープンソースの問題：スタートアップ企業や中小企業は、事業の初期に選択するコンピューター・システムとソフトウェアの総費用の影響を無視しがちです。オープンソースのコンポーネントは「無料」ですが、それは一定の条件下に限られていることを多くの企業が見落とししています。多くの場合、そうした条件には開発成果のソースコードを一般に無料で公開することが含まれます。投資対象となり得る企業のデューデリジェンス・チェックを実施している投資家は、これを第三者の権利の潜在的な不順守から生じる知財リスクとみなすでしょう。
2. 営業秘密：中小企業は多くの場合、営業秘密の保護を利用することができません。これは、関連する機密情報の公開を阻止するために妥当な措置を講じたことを証明できないためです。こうした企業は、重要情報の社内外での共有を制限することができません。これはよくある誤りで、綿密な計画を立てることで回避できます。
3. 知財資産の管理とモニタリング：スタートアップ企業や中小企業は、知財資産の管理方法、知財資産を濫用または侵害から守る方法、知財資産を活用して新たな収益源を生み出し市場シェアを拡大する方法を検討する必要があります。投資家はこれまで以上に頻繁に、知財コンサルタントを雇って複雑な知財ポートフォリオに対応しています。堅実な知財戦略を実行することで、取決めの破棄といった予想外の事態を防ぐことができます。
4. タイミングは常に知財戦略の実行に影響します。多くの投資家は、投資を実行する前に知財の保護を要求します。ライセンス契約またはフランチャイズ契約を通じて海外展開を検討している企業の場合はなおさらです。一般に投資家は、製品開発や売上拡大などに投資資金が最も効率的に利用さ

写真: sssstep / iStock / Getty Images Plus



「優れた出口戦略を策定するために、スタートアップ企業や中小企業は、どの知的財産権が事業にとって重要であり、知財資産をどの段階で保護するかを検討する必要があります」とTechstars Berlin社のCEO、Jag Singh氏は述べています。

れることを望んでいるため、知財戦略の厳密なスケジュールは検討する価値があります。

5. 海外市場を視野に入れている企業は、対象となる市場で事業を行う自由度を判断するために、国別のクリアランス調査を必ず行う必要があります。一般に、クリアランス調査は、新しい地域に進出する際のリスクを軽減する最も簡単な方法とされています。知財の専門家が調査を実施した場合、競合他社や他の市場へのアプローチ方法について知見が得られることがあります。調査に関連して、新しい創作物や製品の開発に結び付くかもしれないパブリック・ドメインの著作物も特定できます。中小企業は、自社が買収の対象となる場合、WIPOのPATENTSCOPEやGlobal Brand Databaseなど公表されている知財データベースから収集した情報の恩恵を受けることができます。

リスク分担としてのIP

アーリーステージの投資家は、知的財産権の取得プロセスをリスク分担の実践と考えています。知的財産権を獲得するためには、最初の出願者にならなければなりません。そうでなければチャンスを逃します。スピードが最も重要です。競争の激しい市場では、知的財産権を獲得することは、権利侵害で訴えられるリスクを最小限に抑えることに他なりません。

知財の機会を利用しようと考えている企業にとって、その最初のステップは、既存の知財資産（ノウハウ、顧客リスト、発明、ウェブサイト、クリエイティブ・

コンテンツなど)を明らかにし、定量化することです。次に、知財資産の価値と最適な保護方法を理解する必要があります。

スタートアップ企業や中小企業は、知的財産権の使用を奨励する政府の制度を利用すると良いでしょう。多くの国には、戻し税やその他の知財関連の控除制度があります。設立から日が浅い企業にとっては、こうした制度が従業員の追加採用や、業績の低迷している四半期を乗り切れるかどうかに影響することがあります。

知財に関する専門的助言を受けるべき4つの理由

まず、自身の知財資産を詳しく調査することは、実際に使用できる、あるいは別の用途で使用できる著作物を特定するのに役立つ方法です。自社の事業で使用している知財資産が他者の所有物であることが明らかになる場合もあります。知財診断ツール(例えば、www.wipo.int/ipdiagnosticなど)はこのプロセスを進める上で役に立ちますが、知財コンサルタントを雇う価値は十分にありません。なぜでしょうか。まず、知財資産は関係する出願手続が法令に準拠し、記載内容が審査基準に合致しなければ、成果に結び付くことはありません。また、取得してもきちんと維持管理しなければ、失効する場合があります。

第2に、自身の知財の現在の利用状況、未登録のあるいは新しい知財資産を保護する方法、出口戦略に最も貢献をする知財計画について、経験豊富な知財の実務家と対話することが成功の鍵となります。こうした対話は、資金を投じるだけでなく、事業価値を向上させる方法を提示したいと考えている潜在的投資家との話し合いの第一歩にもなります。

第3に、知的財産法およびその解釈は頻繁に変化しています。優秀な知財専門家は、そうした変化が事業に及ぼす影響を認識しているでしょう。

第4に、スタートアップ企業や中小企業は、訴訟に対する方針も十分に検討する必要があります。訴訟費用は高額になる可能性があります。ほとんどの場合、回避することができます。多くの法律事務所は、スタートアップ企業

や中小企業に対し、魅力的な価格パッケージを提供しています。中には、無料の初回コンサルテーションや後払いを提供している事務所もあります。

投資家が注意すべきこと

起業家が先駆者の過ちから学ぶように、投資家も知識や経験を積んでいます。苦い経験を通じて、デューデリジェンスの重要性を学び、企業が所有していると考える、あるいはそう主張する物を確実に所有し、そうした資産を意図したとおりに使用することの必要性を学びました。当社は知的財産の譲渡が適切に行われているかを確認し、営業秘密の保護措置、侵害通知、その他の内部規定を検証しています。

当社の投資先企業が直面している競争の激化がもたらす結果は明らかです。当社の投資先企業に対する知的財産権侵害の主張は、そうした企業に対する注目度が高まるほど増加すると予想されます。これは現実であり、企業は対応しなければなりません。

投資家として、当社は、知的財産は価値ある資産であるが、企業の知財ポートフォリオの金融資産としての価値や実用性は何ら保証されていないことを学びました。とはいえ、一般に知財資産は、企業の評価を高める、あるいは企業の実際の価値と知覚価値を大幅に高めます。M&Aの観点からは、既存企業の交渉上の立場を強めます。

最後に重要な点を2つお伝えします。まず、事業戦略の準備段階から、積極的に知財戦略をその中心に位置付けてください。実際の顧客と話す前から、計画に取り組むことが大切です。第2に、優秀な知財専門家に助言を求め、自身の状況や目標に合った確かな知財戦略を立ててください。こうした助言は無料で受けられることもあります。

知的財産を活用した イノベーションのための 資金調達^{*}の機会

著者：Alfred Radauer氏、IMC University of Applied Sciences、オーストリア、クレムス

過去30年間の「知的財産重視の時代」は、世界中の主要特許庁における特許および知的財産 (IP) の出願の着実な増加と、事業における知的財産活用の拡大によって特徴付けられました。知識集約型経済への移行に伴い、企業の価値は、次第にノウハウ、ブランドあるいは技術力などの無形資産によって決定されるようになっていきます。

知的財産専門の投資銀行であるオーシャントモ (Ocean Tomo) の調査によると、2015年のS&P500指数組入れ企業の価値の84%は無形資産に起因し、物理的資産のような有形資産に起因するのは16%に過ぎません。これは、1973年にそれぞれの割合が17%と83%であった40年前の状況から逆転しています。

当然ながら、国の政策当局者は、無形資産を競争相手による不正使用および/または違法コピーから保護することの重要性に関する企業の意識を高めようと働きかけています。そして彼らは、そうするための重要な手段として、知的財産権の利用を推奨しています。その結果、多くの企業が、知的財産権は「持っているべき」保険の形態であることを理解し始めています。多くの企業にとってはそれで十分かもしれませんが、そのような狭い視点によって、積極的に知的財産権を活用してさらなるイノベーションの資金を調達し、新たな収益源を生み出す機会が見えにくくなっています。

知的財産を使って資金調達を獲得する方法

企業金融は、企業の (株式) 価値の最大化を目的として、特に事業の決断事項に資金を供給することを重視しています。そのためそれは、例えば投資家が企業の株式を購入する新株発行、あるいはローンのような借入など、通常は様々な資金源を重視します。研究開発 (R&D) に対する助成金もまた資金調達機能を持つと言ってよいでしょう。知的財産権は、融資の活用と、各事例におけるイノベーション活動への資金割当に重要な役割を果たすことができます。

*この記事は、2020年グローバル・イノベーション・インデックス第16章 (知的財産を使ったイノベーションのための資金調達の機会) に依拠しています。

知的財産とエクイティ

新株発行の場合、投資を呼び込み投資家の興味を高めるために、知的財産は特に重要になり得ます。ベンチャーキャピタルを呼び込もうとするスタートアップ企業にとって、知的財産権、特に特許は重要です。

多くの調査によれば、ベンチャーキャピタリストは、知的財産を重視する企業に資金を提供する傾向が強いことが分かります。彼らは様々な方法で投資家に訴えます。まず、通常大きな売上記録を持たないスタートアップ企業は、特許審査において特許性の判断基準を満たささえすれば、彼らのアイデアに価値があることを証明できます。2つ目として、特許は、スタートアップ企業を裏から支える発明が、他の企業によって容易には模倣されないという保証を提供します。3つ目として、スタートアップ企業が倒産した場合でも特許は残るため、他社に売却またはライセンス供与することができます。したがって投資家の損失の可能性は限定されます。そして4つ目として、特許によってスタートアップ企業が市場で際立つことができ、投資家の注目を集めることに成功する可能性があります。

様々な知的財産権の資金調達支援に対する適性は、該当する産業によって決まります。例えば生命科学または他のハイテク産業においては、特許は事業の形成、成長および維持のための通貨です。その他の産業では、ブランドを保護する商標のような知的財産権が重要となることもあります。場合によっては、ビジネスモデル全体が知的財産権の上に構築される可能性があります。知的財産の商業化の形態の1つとしてのフランチャイズがその例です。

借入による資金調達における知的財産権

知的財産権は、融資の担保として借入による資金調達に利用される場合もあります。知的財産権を利用した融資の引き受けは、その論理的根拠が株式投資と似ているかもしれませんが、知的財産権を利用した借入による資金調達は、知的財産を裏付けとするエクイティ・シナリオほど一般的ではありません。とはいうものの、予想に反して活発に融資が行われているようです。ある試算によれば、ベンチャー企業向け融資を行うシリコンバレーバンクやその他の専門ノンバンクは、スタートアップ企業に年間約50億米ドルの資金を提供しています。しかし、特許権を担保として借入による資金調達を利用することについては、担保価値の裏付けに疑問の余地があるとする否定的な見方もあります。この見方は2通りに解釈できます。1つ

画像: WIPO / Hassink





様々な知的財産権の
資金調達支援に
対する適性は、
該当する産業によって
決まります

目として、知的財産を利用した借入による資金調達の機会には実際にあるかもしれませんが、2つ目として、そこには課題もあり、そのためにこの資金調達の市場が小さいのです。とはいうものの、企業の借入による資金調達のための知的財産を裏付けとする担保の利用に関しては、さらなる研究とデータが必要であることは明らかです。

資金調達を利用する上での課題が、一部の政府が知的財産を裏付けとする借入による資金調達の市場を育成するきっかけとなりました。例えば中国は、金利の補助、特定の銀行資金および貸し出しリスク削減のための評価ガイドラインおよびツールなどにより、知的財産権の担保としての利用を促進する政府のプログラムを展開しています。報告によると2018年と2019年9月の間に、広東省だけで特許を担保とする約300億人民元（40億米ドル超）相当の融資が実行され、「何千社」もの企業がこのスキームの恩恵を受けたということです。

R&D助成金との関連における知的財産

見過ごされることが多いのですが、知的財産権は政府資金によるR&D助成金を呼び込むことに役立つ場合があります。ここで、知的財産権が扱われる方法について2つの主要要素を見てみます。

最初の要素として、政府によるR&D助成金プログラムの多くでは、特許およびその他の形態の知的財産が、(成功した) R&Dプロジェクトの結果として出願または登録される必要があります。政府は、結果として製品およびサービスの商業化につながる研究を育成したいと考えており、そのためには知的財産権を得ることが条件になります。しかし、政策当局者および企業は、これらの助成金スキームの策定方法を慎重に検討し、出願された知的財産権は市場性のあるR&Dの結果とは別物であることを認識する必要があります。実際に、ある発明に関する特許が出願されたとしても、試作段階に到達してその先に進むためには、さらにかかりの継続的なR&Dが必要となることが多いのです。

2つ目の要素として、研究コンソーシアム、特に国際的な研究コンソーシアムに対する助成金は、人気が高まっています。コンソーシアムを基盤とするR&Dの資金調達における知的財産は、コンソーシアムを規定する契約書 (または合意書) に書かれています。ここでは、参加者はバック

グラウンドIP (各参加者が提供するIP) の使用または共有の条件、つまり各参加パートナーがバックグラウンドIPを使って何ができて何をしてはならないかを知らなければなりません。同様に、例えば特許に結び付くような、共同で開発した研究成果 (いわゆるフォアグラウンドIP) をパートナー間でどのように共有するかについて合意しておく必要があります。そのような知的財産管理には、コンソーシアムの契約を締結するための戦略的思考と交渉術に加えて、知的財産の登録と出願が必要です。ネットワークの形成、追加資金調達とコンソーシアムのパートナーのノウハウへのアクセス、および学びなどの潜在的な恩恵は、これらの契約の公式の法的条件をはるかに上回ります。

知的財産のための取引所および市場 – イノベーションのための資金源となる可能性

知的財産が新株発行と借入による資金調達の双方に利用できるのであれば、企業が株式および/または債券の取引所を資本調達に利用するのと同じ方法で、取引所および市場を通じて資金調達の機会を活用するために知的財産を使えるでしょうか。

「資産 (assets)」および「財産 (property)」という言葉は、知的財産が金融証券と多くの特性を共有していることと、知的財産の供給が増え続けており、さらにはそれが流動



「知的財産権を保険の手段と単純に考えるのではなく、資金を得るためのツールとしてより広く捉えれば、企業がイノベーションのための資金調達に知的財産を活用する機会は多く存在します」とAlfred Radauer氏は説明します。

性を生んでいる (すなわち、買い手と売り手とを見つけて、知的財産資産を明確な市場価格で現金化することが容易である) ことを示唆しています。知的財産の所有権が移転しない場合でも、ライセンス供与が、多くの企業にとって資金調達のための重要な活動として増加していることの明確な証拠 (主に二者間の) があります。

この質問に対する答えは、実際に機会があるかもしれませんが、この問題は複雑で微妙な判断が必要だということです。

知的財産市場の発展に関する1つの大きな困難は、すべての特許/知的財産のライセンス供与が同じではないということです。決定的な差異が生まれるのは、「鞭 (stick) による」ライセンス供与と「飴 (carrot) による」ライセンス供与の2つの市場セグメントがあることによります。

- 「鞭によるライセンス供与」は、企業が既にある技術を使用しており、その技術の元になっている知的財産権の所有者 (異なる企業) が、技術を使用している企業にライセンス取得を求めるケースです。そのようなライセンス供与は別名を *権利行使 (enforcement)* または *係争 (assertion)* ライセンス供与ともいいますが、それは、知的財産権の侵害嫌疑者に対する訴訟または訴訟するという警告に大きく依存します。特許/知的財産の収益化市場または知的財産/特許仲介市場に関する議論においては、この種類のライセンス供与や市場セグメントが問題になります。
- 「飴によるライセンス供与」は、関係者が、興味のある知識や技術のためのライセンスを積極的に求めている状況を表します。多くの場合、これには特許およびノウハウのライセンス供与または技術のライセンス供与が含まれます。そのようなライセンス供与によって、技術の移転が発生します。

2つの市場の境界はある程度流動的ではあるものの、双方のライセンス供与の特性と公的支援のニーズは異なるため、この差異は重要です。

知的財産の支援による資金調達のすべての形態に関する 共通の課題

鞭によるライセンス供与と飴によるライセンス供与のどちらの市場も、流動性は概して高くありません。飴によるライセンス供与契約が成功することは、鞭による強制的ライセンス供与と比べると少なくなります。借入による資金調達か新株発行による資金調達は関係なく、知的財産によるすべての種類の資金調達活動を妨げる障害は、評価です。

その価値が状況に依存しているという点において、知的財産は物理的な財産とは異なります。例えば、特許は本質的に独自の発明を保護するため、鉄鉱石のように一様な商品にはなり得ません。さらに、同じ知的財産でも、異なる企業にとってはその価値も変化します。1つの知的財産ポートフォリオは、一定の技術または市場地位を持つ企業にとっては価値があるかもしれませんが、その他の企業

その価値が状況に
依存しているという点において、
知的財産は物理的な財産とは異なります

知的財産資産の保有は
 個別の市場で活動している特定の企業に限定されるため、
 提示されるすべてのアプローチおよび戦略は、
 そのような状況固有の問題に対応することが必要不可欠です

にとっては同じ知的財産ポートフォリオが無価値である場合もあります。知的財産の特定の一部分がそれだけでは無価値であっても、権利のポートフォリオの要素としては非常に重要となる場合もあります。普遍的に通用する、知的財産の標準的な評価方法はありません。

知的財産権の評価、流動性および権利行使可能性に関連する課題もまた、借入による資金調達における担保として知的財産を利用する際の大きなハードルです。銀行規制のように、知的財産に基づく借入による資金調達に特有の障害もあります。バーゼルIIIのような基準は、特定の種類の担保に関連するリスクに合わせて、銀行が引当てる必要のある資本の額に関する要件の厳格なフレームワークを規定しています。知的財産はこの基準を満たさない可能性があります。ベンチャー向けの資金提供者は企業とその将来性全体を見ますが、貸し出しによる資金提供者は、担保つまり知的財産のみを評価します。これは、初期段階に留まっている知的財産を裏付けとする借入による資金調達よりも、新株発行に基づく知的財産による資金調達が、現在のところ成功している理由を説明する重要な要因かもしれません。

提言

知的財産権を保険の手段と単純に考えるのではなく、資金を得るためのツールとしてより広く捉えれば、企業がイノベーションのための資金調達に知的財産を活用する機会は多く存在します。知的財産システムの機能と、企業が保有する様々な種類の知的資産および知的財産権の潜在的価値の正しい理解、ならびに優れた知的財産管理のスキルが成功への鍵です。知的財産による資金調達の一部の利用には、実行に際して大きな課題があることは明らかですが、コンソーシアム契約における知的財産のような他の利用は、未開拓の可能性をもたらします。

このような状況の下、政策当局者や企業に一連の方策を提言することができるかもしれません。企業による知的財産監査の利用を推進して、彼らの知的財産権の価値に対する全体的な認識を高めることもその1つです。また、協力的な環境で知的財産権を活用するための、特に(金融)仲介者のノウハウを改善する方策の実行も含まれます。知的財産による資金調達市場の改善方法は、失敗を避けるために注意して策定する必要があります。単純な電子市場は、特定の資産クラスとしての知的財産権の複雑さに対処することはできないと思われます。結局のところ、知的財産資産の保有は個別の市場で活動している特定の企業に限定されるため、提示されるすべてのアプローチおよび戦略は、そのような状況固有の問題に対応することが必要不可欠です。

中小企業が知的財産に 関して検討すべき 主要事項

著者：Phil Wadsworth氏、クアルコム社イノベーション会議 (Innovation Council)
上級顧問 (元主席特許法律顧問)、Jennifer Brant氏およびPeter Brown氏、イノベーション会議

中小企業は
世界経済全体にとって
極めて重要な支柱です



写真：pixdeluxe / E+ / Getty Images

彼らの知的資産を保護および管理し、それらの潜在的価値のすべてを活用する際に、中小企業は、特許、営業秘密、著作権、意匠権および商標など、様々な知的財産権を利用することができます。

中小企業 (SME) は、拡大を続けるイノベーション経済にとって極めて重要です。彼らは新たな技術を生み出し、既存の技術を大きく改良します。彼らはまた、これらの新たな技術と改良された技術を具体化する製品の開発、製造および販売を行い、そうすることで高賃金の雇用を生み出します。これらの理由から、中小企業は世界経済全体にとって極めて重要な支柱です。国際労働機関 (ILO) のスコア・プログラム (SCORE Programme) 調査 (2020年) によると、これらの企業は現在世界の企業の約90%を占めており、世界の労働人口の約70%を雇用しています。

中小企業が各国の経済にとって最も重要であることは明確ですが、彼らが確実に成功するよういかに支援するかが大きな問題です。これに関しては、彼らの知的財産(IP)資産をいかに保護し管理するかについて、中小企業の認識を高めることが重要な第一歩です。

言うまでもなく、知的財産権を保護することは簡単な仕事ではありません。多くの場合、中小企業が導入する技術は、政府機関、大学および他の企業など他の組織との協力から生じます。そしてこの事実によって複雑な判断が求められます。

幸い、彼らの知的資産の潜在的価値を活用する際に、中小企業は様々な知的財産権を利用することができます。これらに含まれるのは、特許、営業秘密(ノウハウを含む)、著作権、意匠権および商標です。

発明の保護：特許

特許は研究開発(R&D)の成果を保護するための有力な方法です。特許権によって、中小企業は彼らの特許発明を他社がその製品に使うのを防ぐことができます。中小企業はまた、市場で自由実施権(freedom to operate)を維持するために、その技術を導入(in-license)することが可能であり、そのような技術を他の組織にライセンス供与して使用料収入を得ることもできます。

R&D活動では、その当初から内部プログラムを構築することで、発明を生み出し、それに対する特許権保護を獲得し、そしてそれに伴う特許ポートフォリオを管理および維持するためのプロセスを管理することが非常に重要です。

R&Dチームは、彼らの技術的な成果の秘密を維持することが全体的に必要であることを理解しなければなりません。発明の情報が特許出願書類提出前に公開されると、その特許性が危うくなるためです。

R&Dチームはまた、アイデアの形成から発明の実現まで(「発明の具体化」と呼ばれる)、彼らの仕事の各段階を文書化することの重要性も理解する必要があります。誰がその技術を発明したか、あるいはその特許権を所有する権

利は誰にあるかといった問題に関して紛争が起きた場合に、そのような文書化は非常に役立ちます。

厳格な文書化プロセスに加えて、企業は発明の開示および評価手続きを構築する必要もあります。これには通常、他の技術スタッフが特許保護の可能性に備えて評価するため、発明の主要な特性を十分な技術的詳細と共に記録するための発明開示様式が使われます。理想的には、このプロセスは、上級技術専門家および知的財産弁護士から成る発明評価チームが注意深く監視します。彼らは、この発明を保護するための最良の選択肢(例えば、特許で保護するか営業秘密とするか)を特定します。このチームはこの発明の他の技術との類似性を検討し、他の企業がそれを使用する可能性があるか否かを問います。例えば、それは他の企業が競争力を維持するために導入しなければならないゲーム・チェンジャーかといった質問です。このチームはまた、この発明の潜在的市場規模(とりわけその特許のライセンス供与が事業計画の一部である場合)と、その発明を具体化した製品をどこで販売または製造するかを検討します。

こうして最終的に、中小企業は戦略的特許ポートフォリオの開発および管理プログラムの構築に成功するでしょう。これらのプログラムは、特許弁護士もしくは社内の技術および/または事業スタッフによって運営される可能性があります。特許が法的強制力を持つのはそれを付与した国においてのみであり、また特許維持年金は特許期間を通じて支払う必要があるため、そのプログラムによって、特許保護を求める国とその期間を決定することが可能になります。これらの変数は、発明の対象となる市場と製品に含まれる発明の耐用年数によって決まります。特許プロセスは中小企業にとって負担となる可能性があります。WIPOが運営する特許協力条約(PCT)は、複数の国で保護を求める場合に費用対効果の高い選択肢を提供します。例えば、PCTに基づいて国際出願を1通提出すれば、出願人は、国際化に関連する一部のかかなりの額の特許出願手数料の支払いを2年半延期でき、発明の商業的価値を評価するための時間を得ることができます。さらに、ますます多くの国が中小企業に割引を提供しており、プロセスがより安価になっています。

中小企業が各国の経済にとって最も重要であることは明確です。彼らの確実に成功するよういかに支援するかが大きな問題です。中小企業の間で知的財産の意識を高めることが、非常に重要な第1歩です。



写真: g.adyreese / E+ / Getty Images

営業秘密

もう1つの方法として、中小企業は彼らの革新的な成果とその他の非公開情報を営業秘密として保護することができます。

ほとんどの国が、営業秘密を含む機密情報のための法的保護を、何らかの形態で提供しています。そのため営業秘密保護プログラムは特許保護プログラムと共に無理なく両立しており、すべての企業の知的財産戦略の極めて重要な一部となっています。営業秘密は登録されない形態の権利であり、それらを得るための特許庁での正式手続きはありません。

営業秘密プログラムは、技術および事業の機密情報を特定し、そのような情報を潜在的パートナー、サプライヤーおよびその他と共有する場合は、必ず秘密保持契約が結ばれることを求めます。営業秘密プログラムはまた、スタッフが業務において触れるすべての技術および事業の機密情報について、守秘義務を守ることを義務付ける条項が雇用契約に含まれることを保証します。

真に機密である文書化された情報のみが、そのようなものとして指定されます。すべての文書を機密扱いしたくなるかもしれませんが、過度に包括的な機密プログラムは、結果的に真に機密の情報が保護されていない状態を招く可能性があります。したがって、機密および非機密情報を区別することが非常に重要です。

営業秘密プログラムはまた、機密情報には、業務を遂行するためにそれを知る必要のある従業員だけがアクセスできることを保証します。これによって、機密情報が企業外に公開されるリスクは減少します。

中小企業は、資本調達、R&D活動への参加、製品の市場への投入、あるいは自社の特許技術の他社へのライセンス供与のために、頻繁に他社と協力します。知的財産の所有者は、この協力に持込む知的財産資産の価値を明確に認識する必要があります。



写真：SDI Productions / E+ / Getty Images

営業秘密と特許それぞれの保護活動を緊密に連携させることは非常に重要です。営業秘密として保護するのが最適な発明もあるでしょうが、その他の発明も、特許を取る可能性があれば、関連する特許を出願するまでの間は営業秘密として扱う必要があります。

著作権およびクリエイティブ・コンテンツ

中小企業はまた、著作権保護を彼らの事業に役立てる方法を慎重に検討する必要があります。著作権によって、著作者は自分の関連する製作品の他人による無断コピーを防ぐことができますが、その権利は広範囲におよび独創的創作物、例えば、コンピューター・ソフトウェアや宣伝用資料が含まれます。

著作権は、すべての独創的製作品を創作した時点で即時かつ自動的に発生します。つまり、登録は通常必要ありません。しかしそれでも、会社の手を離れるすべての創造的製作品に著作権表示を行うことは適切な行為です。著作権表示によって、その企業が著作権を主張する意向であることを広く知らせ、いわゆる権利侵害者が、その製作品が保護されていることを知らなかったと主張できなくなります。著作権の登録は公式な要件ではありませんが、一部の国では自主的な登録システムが存在する場合があります、

また他の国では、権利を行使するためには登録が前提条件となる場合があります。このため、これらの事柄について法的助言を求めることをお勧めします。

もう1つの方法として、中小企業は、デジタル・タイムスタンプ・サービスを使って、特定の時間と日付に製作品が既に創作されて（かつ著作者が保有して）いたことを証明することが可能です。このサービスは使いやすく価格も手頃です。

商標およびブランディング

中小企業はまた、マーケティング・チームの支援を受けて、しっかりとしたブランディング・プログラムを構築することにより大きな利益を得ることができます。

商標はすべてのブランディング・プログラムの中核です。商標によって、顧客との信頼関係を構築すること、自社の商品とサービスを競争相手に対し差別化すること、そしてその商業的評価を確立することが可能になります。

商標保護は商標権が与えられた市場でのみ有効です。そのため、マーケティング・チームは、商標専門家と緊密に連携して、対象市場における当該商標の利用可能性を判断する必要があります。商標権の管理においては、社内ガ

知的財産権によって、中小企業は、
彼らの技術的イノベーションを保護する機会と、
事業の遂行を最適化する
柔軟性を得ることができま

イドラインを策定し、特に製品およびサービス、ならびにマーケティング資料における商標の適切な使用を確保するとともに、登録商標の名称が法的強制力のない一般名称になることを防ぐのが優れた対応です。

WIPOのマドリッド協定は、国際商標登録のための1件の出願を行うことで最大124カ国において商標権の登録（およびその後の管理）ができる、コスト効果が高く利用しやすい方法を提供します。

この場合も同様に、商標は私権であるため、乱用または権利侵害行為の監視のすべては商標権の所有者が行わなければなりません。商標権の行使は、権利侵害が発生した国の裁判所で、通常製品およびサービスに関する商標登録の個別の通知を規定している国内の商標法に従って行う必要があります。中小企業は、権利侵害事件において最大限の損害裁定を得るために、これらの条件に従う必要があります。

意匠権

中小企業はまた、彼らのデザインによってそのブランドと市場での評価を向上させることができます。デザインは、すべての製品の商業的成功を決定する最大の要因であり、すべての企業が着目する重要な点です。良いデザインは製品の市場価値を高め、それを市場で際立たせます。中小企業はデザインへの投資を意匠権で保護することができます。それは一部の法域では意匠特許と呼ばれています。意匠権は、形状、模様および色彩など製品の装飾的外見を保護するものです。中小企業にとって、多くの個々の国における意匠権の申請とその後の権利の管理は、真の難題となる可能性があります。WIPOが運営するハーグ協定は、意匠の国際登録のための1件の国際出願により意匠権の迅速かつ容易な取得、管理および更新が、90カ国を超える国において同時にできる国際的な仕組みを提供します。

権利侵害者への対応

前述したとおり、権利の不正使用に対応するのはすべて中小企業の責任です。どのような選択肢があるでしょうか。知的財産権が侵害されたことが明白であれば、中小企業は状況を新たな商機に変えることができます。その方法は、ライセンス契約の交渉です。もう1つの方法として、その企業は裁判で権利を行使することができます。初めに専門家の法的助言を得ることをお勧めします。一部の法域では、該当する知的財産権の告知を製品に表示することで、中小企業が裁判で勝訴した場合に最大限の損害賠償を得ることができます。この表示によって、権利侵害者が侵害の通知を受けた時点から、表示のある製品の権利侵害が実際に始まった時点へと、損害賠償の該当期間の開始が早まります。

偽造品や海賊品の輸入によって販売が脅かされた場合、侵害訴訟の結果が出るまでの間、権利侵害が疑われる商品の国境における差止めを求める申請を税関に行うことができます。犯罪者が偽造または海賊版の製造を商業規模で行う場合は、民事の法執行では効力がない可能性があり、警察または市場検査官の介入が必要になるかもしれません。

協力

中小企業は、資本調達、R&D活動への参加、製品の市場への投入、あるいは自社の特許技術の他社へのライセンス供与のために、頻繁に他社と協力します。一般的に、そのような協力は知的財産権によって裏打ちされています。

これらの関係を取決める際に、知的財産の所有者は、この協力を提供する知的財産資産の価値を明確に認識する必要があります。第三者による知的財産評価を利用することでさらに明確なイメージを得ることができ、利用できる資金や投資額が増える可能性があります。知的財産権を担保として利用する企業が増えています。これによって中小企業の資金調達に新たな道が開かれる可能性があります。債務不履行が発生した場合に自社の最も重要な資産を失うリスクも伴います。同様に、知的財産資産をライセンス供与する場合、中小企業はそのライセンスが彼らの特許の恒久的な負担となり、その結果この特許の価値を低下させる（例えば破産発生の場合）ことがないように注意する必要があります。

政府資金による研究活動

多くの中小企業が、彼らのR&D活動を維持するために、政府資金による学術研究機関と契約上の取決めを結んでいます。そのような関係は大きな利益を生む可能性があります。中小企業はそれらを締結する前に様々な要因を検討する必要があります。

1つ目として、中小企業は、このベンチャーから生まれる知的財産の所有権および管理に関する政府の方針を理解する必要があります。中小企業は、所有権の譲渡またはライセンス契約により、この知的財産の自由な利用を

確保する必要があります。この分析では、買収企業が知的財産を利用できるか否かを含む、中小企業の出口戦略を検討しなくてはなりません。

2つ目として、R&Dの協力契約が知的財産のすべての形態に対応しており、彼らが商品化のために必要なすべての権利を得ることを保証する必要があります。例えば、この協力を通じて開発された独自の製造プロセスがあれば、中小企業はそれに具体的に言及すべきでしょう。そのプロセスが登録商標によって保護されている場合は、中小企業はその登録商標を自社のマーケティング資料で使用する権利を得る必要があります。

3つ目として、この契約では、ライセンサーが当該製品の製造、利用および販売ができるように、ライセンスの範囲、期間、対象となる製品およびその他について慎重に定義しなければなりません。

4つ目として、政府資金による研究契約の当事者は、ライセンス製品に対する改良の取扱い方法について合意し、それらの改良によって具体化されたすべての知的財産への十分なアクセスを当事者に提供する必要があります。

最後の考察

様々な種類の知的財産権によって、中小企業は、彼らの技術的イノベーションを保護する機会と、事業の遂行を最適化する柔軟性を得ることができます。知的財産権の恩恵を最大限に受けるために、統制のとれた戦略的知的財産保護プログラムを最初から構築することは、中小企業にとって極めて重要です。そのようなアプローチによって、代替的な事業アプローチや選択肢が容易になります。知的財産権によって、中小企業は彼らの事業の発展につれて、協力の成功、商品化および他の前向きな結果を後押しする明確な事業の枠組みを作り上げることができます。

まず初めに、www.wipo.int/ipdiagnostic/においてWIPOの知的財産診断 (IP Diagnostic) を確認してください。



世界知的所有権機関 (WIPO)
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland

電話: +41 22 338 91 11
ファックス: +41 22 733 54 28

WIPO外部事務所の問い合わせ先は
下記ウェブサイトをご参照ください。
www.wipo.int/about-wipo/en/offices

WIPO マガジンは、スイスのジュネーブに拠点を置く世界知的所有権機関 (WIPO) によって四半期ごとに発行され、無料で配信されています。本誌は知的財産および WIPOの活動に関する一般の理解を深めることを目的としており、WIPOの公式文書ではありません。

当ライセンスの下で発生し友好的に解決されなかったあらゆる紛争は、その時点で有効なUNCITRAL仲裁規則 (UNCITRAL Arbitration Rules) に従った仲裁手続に付託されるものとし、両当事者は、かかる仲裁手続の結果として下された仲裁判断にかかる紛争の終局的判断とし、かかる仲裁判断に拘束されるものとし、

本書で用いられている表記および記述は、国・領土・地域もしくは当局の法的地位、または国・地域の境界に関してWIPOの見解を示すものではありません。

本書は、加盟国またはWIPO事務局の見解を反映するものではありません。

特定の企業またはメーカーの製品に関する記述は、記述されていない類似企業または製品に優先して、WIPOがそれらを推奨していることを意図するものではありません。

コメントおよび質問に関しては、編集者 (WipoMagazine@wipo.int) にお問い合わせください。

WIPOマガジン印刷版のご注文に関しては、publications.mail@wipo.intにご連絡ください。

WIPO出版番号: 121(J)
ISSN 2708-5589 (印刷)
ISSN 2708-5597 (オンライン)