



今月のことば

monthly word

中小企業と知財コンサルティング ～ある中小企業の思い出～

日本弁理士会 副会長

金本 哲男

昨年度より当会は、特許、デザイン、ブランド、コンテンツ、製造ノウハウなどの知的財産を活用して、さらに上を目指す中小企業を応援するため、知財経営コンサルティングのスキルを持った弁理士が企業を直接訪問する、弁理士知財キャラバン事業を展開しています。

私事になりますが、私の祖父は中小企業の経営者でした。祖父が起こした会社は、その地方で中小企業が特に多いとされる X 市にありました。既に戦前から創業されており、いわゆる電気部品を製造していました。創業者である祖父は、見習い職工から始めてそれなりの技能を身につけたようですが、もともと才覚があったのか、やがて大手電機会社の二次下請け企業として独立し、徐々に規模を拡大していったようです。そして戦後は高度経済成長の波に乗り、輸送機械メーカーの一次下請け企業として、昭和 30 年代の後半には 200 名を超える従業員を抱えるほどになっていました。

祖父は、しかしそれで満足しないようでした。概して創業者はアグレッシブな経営に走ります。下請け企業に留まっているは未来はない、独自の製品を開発してこれを販売していくのだと言わんばかりに、従業員に号令をかけ、やがて全く分野が異なる複写機の開発を進めました。当時は、もちろん現在のようないわゆる PPC 複写機は未だ流通しておらず、青焼きと呼ばれるジアゾ式複写機が主流でした。ただし価格が高く、それほど普及していなかったように思います。祖父はここに目を付けると共に複写機の将来性にも着目したのでしょう。簡易で低価格の湿式複写機の開発を進めました。

幾多の試行錯誤を重ねた末、ようやくそれらし

きものことができました。コストを抑えるためもあったと思いますが、ハンドルを回して紙を送り出す「手動式」でした（今では到底考えられないですね）。

ともあれ製品はできたので、今度はこれを販売しようとその企画を進めます。製品の名称（商標）については、会社の名前の一部と「コピー（複写）」を組み合わせたものとなりました。工業製品の見本市にも出品したようです。さらに町工場の製品のイメージから脱却すべく、TV コマーシャルに乗せて広告しようと思案します。当時から TV コマーシャルの費用は高いので、結局はスポットの CM に落ち着きました。余談になりますが、放送当日は、社員はもちろん、私も含めてその家族も皆スポット CM の放送時刻になると、テレビの前に並んで待ち構えていました。10 秒ほどの CM はあっという間に終わりますが、CM が終わると、見ていた人は「おー」と歓声をあげました。皆、製品が売れて将来会社が飛躍的に大きくなることを夢見たのでしょうか。当時はそういう時代でした。

このように祖父はかなりのアイデアマンでしたが、当時から特許についても関心が高く、開発から生じた成果は、将来これを独占すべく、特許出願、実用新案登録出願をしていました。特許証の原本が代理人弁理士から会社に送付されてくると、それらを全て額縁に入れ、応接室、社長室などの壁に所狭しと飾っていました。一方で、出願書類、中間書類はもちろん、公開公報でさえも、社長室の金庫の中に大事にしまっていました。特許に至るまでの技術情報、経過情報などは全て秘密にするものだと考えていたようです。もとより会社には特許部（知財部）などはなく、おそらく総務関係の方が、祖父に言われるままに保管して

いたのだと思われます。

さて、件の手動複写機は、残念ながらあまり売れませんでした。そのため、祖父の会社では以後複写機の開発を止め、本業の輸送機械メーカーの下請けに戻りました。そしてその後は、あまり特許出願等もすることはなかったようです。なお後で聞いたところによると、祖父が引退するまでの間には、ある部品の製造装置を祖父の会社に納めている業者から、特許権侵害を理由とする警告状が届いたこともあったようです。機械加工技術については、長年蓄積したものがあって、社内で容易に既存の製造装置を使いやすいように改造、製作して製造ラインに使っていたのでしょう。おそらく自社内で使う分には問題がないと判断したのかも知れません。

祖父が現役で先頭に立って活動していたころは、知財コンサルティングなる言葉自体もおそらくなかったと思います。しかし先に述べた祖父の会社の当時の「知財活動」に対して、現在の私ならどの時点でどのようなアドバイスをすべきでしょうか。

まず、全く分野が異なる複写機の開発を進めようとした時点ででしょうか。そのためには、そもそも祖父の会社の技術力を知悉している必要があります。いやその前に、独自の製品を開発してこれを販売していくのだと、会社の経営方針を決定する時点で関わることはどうでしょうか。次に、開発から生じた成果を独占すべく、特許出願等を行う時点はどうでしょうか。真に必要なものだけを出願するように勧めるでしょうか。さらに類似の技術についても出願すべきと意見するでしょうか。技術内容によっては、そもそも出願自体を止めることを進言するというものもあるかも知れません。出願しない場合、自社が開発を完成したことを証拠としてどのように残しておくべきかについても言及すべきですね。意匠登録出願をしておいた方がよい、とアドバイスする場面も当然あったでしょう。

そして製品が出来上がり、ネーミングして広告宣伝する場面はどうでしょうか。いつの時点で先行登録商標の調査、商標登録出願をすべきでしょうか。正直、ネーミングの会議にも出席したいところです。さらに実際の広告宣伝内容に接した場

合はどうでしょうか。商標登録出願を済ませていれば、そのままにしておいてよいでしょうか。最終の商標のロゴの態様は知っておきたいです。実際に販売される製品の現物についてはどうでしょうか。特許出願、取得した特許によって果たしてその製品はカバーされているかどうかチェックしたいものです。概して最終製品は、特許出願時のものとは設計、仕様などが異なっている場合が多いからです。

特許証を額縁に入れて飾る点はともかく、出願関係書類を金庫にしまう点については、多くのアドバイスができそうです。今後の手続きの進行にも鑑み、出願情報をどのように整理しておくか、一件書類をどのようにファイルしておくか（当時はパソコンなどはありません）、特許になった後の管理、さらに権利を維持すべきかどうかの評価についてもいろいろ意見したいところです。

警告状を受け取った際はもちろんですが、そもそも業者から購入した部品製造装置を、改造して社内で使用する場合も、何かと口を出したはずですよ。

このように考えると、結局、マメに会社と連絡をとったり、たまには顔を出して、諸々を把握しておく必要がありそうです。

ところで祖父が他界した後、既に弁理士となっていた私は会社から呼び出され、件の金庫内に収まっている出願書類等の処理について依頼を受けました。金庫内に保管されていた出願書類等をほぼ一日がかりで整理し、現在の状況等について不明な点などは、当時会社が依頼していた特許事務所に私が直接電話で問い合わせ確認し、処理、処分しました。これまた余談ですが、電話で問い合わせする際、自身の身分を明らかにせず「専門用語を駆使して」いろいろ細かい点まで訊いて、しかるべき指示を行ったため、特許事務所の方には、「御社には特許部（知財部）ができたのでしょうか。」などと大そう驚かれました（その節は大変失礼しました）。

いろいろと書き綴りましたが、知的財産を通じて中小企業を支援する事業を行っている日本弁理士会の執行部にいると、何やら感慨深いものがあります。