グローバル戦略の中での特許情報利用

世界知的所有権機関事務局長補 高木 善幸

情報管理 54(10), 676-679, doi: 10.1241/johokanri.54.676 (<http://dx.doi.org/10.1241/johokanri.54.676>)

1. 目的・戦略的に情報を検索する時代

昨年2回にわたり、最近の特許情報を取り巻く変化として多言語検索への対応の必要性、さらにWIPOで取り組んでいるグローバルな知財インフラとグローバルデータベースの構築についてのビジョンを紹介した。今回は、新年のスタートにあたり、今後の展望として、グローバル化の中での知的財産情報担当者とサーチャーの役割について提言する。

特許情報の普及という点では、この10年、3極特許庁を中心として、無償で特許情報を検索できるデジタルライブラリーが充実したため、ずいぶん進展した。検索ツールも充実している。しかし、これらの情報があふれてくると、何をどのように検索するかという戦術に凝るあまり、そもそも検索した結果をどう分析して利用するかという戦略を、忘れかけていないであろうか。そのためには、当たり前のことだが、(1) どの視点から検索し、(2) どのように分析して付加価値を付け、(3) 最終的に戦略的決定に役立つように、どのように利用するか3段階が重要である。

2. 企業や機関の戦略と連携させる情報検索の視点

特許情報は、イノベーションの指標として最も信頼のおける網羅的なデータベースである。科学技術

文献データベースも、特許情報と同じくらいの情報量があり、重要である。技術分野によっては、先行技術の大半が非特許文献である。しかし、特許情報検索とシームレスに検索できるデータベースやツールができていないので、この点での発展が望まれる。

他方、会社情報データベースには、技術情報が反映されていない（最近知財報告を決算期に添付する企業が出てきたが）。特許情報は、この点で、非常にユニークなデータベースであり、経営戦略に技術情報からの分析が生かせる可能性がある。

最近、技術力や知的財産を主な理由としてグローバルな企業統合が進んでいるし、オープンイノベーションやクラウドソーシング^{注1)}の広がりや技術の売買の市場も拡大している。このようなグローバルで知的なものへのシフトに対応して、特許情報の経済的価値や経営戦略観点からの価値が増している。

今後数年以内に、中国は年間特許出願件数が200万件となる。このインパクトを考えてみなくてはならない。今でさえ、グローバル標準指向の技術分野では、熾烈な特許抗争が起きている。次世代の成長分野であるスマートフォンで勝敗を決するプラットフォーム戦争において、グーグルがモトローラを買収するのは、アンドロイドを、モトローラの持つ約25,000件の特許（出願中の約8,000件を含む）で武装し、他のプラットフォームを攻撃するためである^{注2)}。

物騒な表現で記述しているが、今後のグローバル

本稿で意見にわたるところは筆者個人の見解であり、必ずしもWIPOの公式見解ではありません。

な経済であらゆる企業が知的財産を重要な競争手段と考えている時代に、国内市場で停戦協定を結べるような平和な時は終わった。不毛な特許戦争かもしれないが、巻き込まれる企業は評論家のように座視して批判している余裕はない。イノベーションが要の時代に、戦略的に利用できる知的財産を有しているか否かは死活問題である。「ライセンスや権利行使に有効な特許取得を目指す」というのが、究極の目標であり、特許情報利用もこの延長線上にある。

3. 分析と付加価値

薄利多売で繁栄を目指す企業は別として、イノベーションで勝ち残ることを戦略としている企業は、いわゆる「オンリーワン」を目指して、特許情報を利用する必要がある。他社がすでに行っていることと似た重複開発を避けようというのが、オンリーワンへの第一歩である。中小企業などでは特許情報を見る余裕はなく、かなりの無駄な試行錯誤が繰り返されているに違いない。また、何がコアの技術かを把握していないために、海外進出の際に、みすみす技術を流出させてしまうリスクがある。一昔前は国内でハリネズミのように閉じていればよかったが、縮小閉塞では展望がない。とはいっても、一日は24時間しかない。たまにしか特許情報を利用しない中小企業にも、もっと、簡便で手取り早い分析方法によって特許情報を利用してもらうことが今後の課題である。

経営戦略や研究開発計画のための戦略的特許情報利用は、言うは易く、行うのは難しい。大企業でも、明確な戦略をもって特許情報を利用しようとしている企業はまだ少ない。欧州の著名な電機メーカーは、経営・ビジネス戦略の中で明確に知財を位置づけており、「戦略目的」特許情報戦略が徹底している。情報検索の分析は、結果を受けて「それで、どうする」の選択肢が浮かび上がってくる視点で、当初からの検索を目的化し、分析する必要がある。

4. 次の戦略的行動や判断に利用できるか

特許情報は出願の副産物として作られ、技術開示は社会への貢献となるので、一定期間の独占権を与えることとバランスしていると説明されている。法律的説明はそれで結構であるが、ビジネス戦略からは、もう1つの視点が重要である。それは、競業他社との関係で、検索される立場にも立つということである。グローバルな競争の中で、追いつ、追われた立場となっているのであれば、自社の創成する特許情報が世界の競業者や潜在的パートナーにどのように利用・悪用されるのかにも配慮すべき時代である。次の例はどのような示唆を与えてくれるであろうか。

ファブレス企業^{注3)}や研究開発に特化したイノベーション企業が増えてきている。これらの企業は、知的財産が唯一の資産であり、特許戦略や特許情報検索も、ある意味で究極の将来像を示していると言える。米国の通信情報関連多国籍企業Qualcommは、PCT (Patent Cooperation Treaty) の利用を伸ばしており、4月にPCT設立以来、総計で200万件目の出願を行った¹⁾。この企業は、ファブレス企業で、技術戦略や特許戦略は、経営戦略そのものである。特許情報の意味は、検索だけでなく、権利行使が容易でない国々で、どのように知的資産（知的財産プラス「人財」）を守るか、トレードシークレットの保護や技術のブラックボックス化との関連で、特許情報をどこまでどのように開示するか、という価値連鎖末端の局面を考えての戦略が重要となっている^{注4)}。

5. グローバルな時代への対応：多言語

第1回の稿で紹介したように、特許情報検索の近年の挑戦的課題の1つに言語の障壁がある。最近、EPO (European Patent Office) とグーグルの機械翻訳における協力が話題となったが、機械翻訳技術は日進月歩である。

WIPOは一足早く一般向けのGoogle Translate APIを利用して、PATENTSCOPEの検索をする過程で文字制限があるものの、Google Translateが利用できる、フルテキストの一部がたちどころに多言語で読める。日本語にセットしておけば、欧米中韓などの特許文献が日本語で読める。もちろん完璧な翻訳ではないが、何が書かれているかはわかるのでスクリーニングには十分である。

機械翻訳の利便性や、どのプロセスでこれを使うかという研究も進んでいくであろう。要約、特許クレームおよび書誌的情報の検索の組み合わせのパターンも変わっていくであろうし、この変化による特許情報の価値の軽重と検索戦略の工夫が一層重要となるであろう。今後は、要約以上にクレームの翻訳が検索価値として高くなっていくであろう。大切なことは、原語による検索を優先するべきであるということである。情報漏れは誤訳よりも重大である。

6. 新興国シフト：中華專利・一瀉千里

中国には發明特許と同じくらい実用や意匠の特許があるが、要約や翻訳の欠如で検索が困難である。中国の知財庁は意匠をイメージ機械検索ソフト^{注5)}であたりをつけている。それぐらい件数が多いということである。同じような実用・意匠特許が登録されているかもしれないからである。韓国は3次元の意匠明細書を採用し始めた。動く意匠がコンピューター画面で表示される。世界初である。権利行使にあたって、差し止めが見た目に簡単で手っ取り早いのは意匠である。スティーブ・ジョブズがアップル製品のデザインにこだわった理由を忘れてはいけない。これも、情報検索にあたって、新技術への対応を迫られる例である。

中国からベトナムやインドネシアなどのASEAN諸国、インドやバングラデシュ等の南アジアへの日本企業の海外進出が加速化している。グローバル

企業の研究開発拠点としてアジアの次の注目都市は、ブラジルのリオデジャネイロである。2010年6月、IBMはここに基礎研究センターを開設した²⁾。新興国市場向けの製品開発を現地で行い、新興国の優秀な研究者を確保するという企業戦略に、情報検索者の対応も機敏であることが必要である。わが国の企業で新興国の特許情報を検索しているところは少ないであろうが、これからは重要である。現在新興国では特許情報のデジタル化を進めているところである。WIPOは、ベトナム、フィリピンおよびインドネシアに技術協力を行い、デジタル化された特許情報（書誌的情報だけでなく全文情報が目標）を、PATENTSCOPEに順次収録し検索できるようにしている。

「海外の情報」というようなウチとソトの峻別では、対応が遅れる。グローバルな情報を対象としないと日本の情報や日本語抄訳に加工された情報では情報漏れの高リスクが高いことは、繰り返し述べてきた。しかし新興国の情報は、情報の存在自体が未整備である。過渡期においては、現地の検索者を訓練する支援などを含めて、グローバルな人材やネットワークの形成など、先進国ではこれまで政府や他の機関に任せてきたことも、現地とのパートナーシップを強化して進めていく必要がある。

中国は、あらゆる面で桁違いのスピードとスケールで変化が起きている。中国の特許戦略や特許情

執筆者略歴

高木 善幸（たかぎ よしゆき）

WIPO Assistant Director General（世界知的所有権機関事務局長補）

1979年、京都大学工学部修士課程を中退、特許庁に入庁。審査官、ウルグアイラウンド知的財産交渉官、外務省ジュネーブ代表部一等書記官などを経て、1994年、WIPO工業所有権情報部長に就任。WIPOで、部長、執行役部長などを歴任して、2009年から5年の任期で、世界の知財情報インフラを構築・統合する戦略目標達成を担当する現職に任命された。

報利用には、これまでの常識は通用しないことが多いであろう。件数が多いだけでなく、言語の障壁もある。訴訟、ライセンス慣行、権利行使実態など、海外企業にはわからないことも多い。中国は、国家戦略として知的財産を重視し国際ルールにも他の新

興国よりもいち早く準拠してきた。無視できない存在から、中心となる国に変わったのである。中国で展開する企業の戦略もしっかりしたものでなければ生き残れない。

本文の注

- 注1) Webサイトの利用などで、不特定多数の人や企業に、サービス業務や新製品開発などの仕事を委託するビジネス形態のことをいう。
- 注2) 「スマホをめぐる特許戦争の不毛」(編集委員 西條都夫) 日本経済新聞電子版, 2011年8月31日, およびこの記事で引用された『The Economist』誌記事 “Intellectual Property: Inventive warfare” 2011-08-20 (<http://www.economist.com/node/21526385>) を参照。
- 注3) 工場を持たず、アイデアや研究開発成果を他の企業にライセンスして、製造を委託することにより、製品を調達して販売する企業のことをいう。
- 注4) この企業の周到な特許戦略の一部は、技術標準を特許で固めているケーススタディとして『The Invisible Edge』Mark Blaxill and Ralph Eckardt共著(邦訳は『インビジブル・エッジーその知財が勝敗を分ける』文藝春秋)の第3章と4章に詳述されている。
- 注5) 画像を検索できるソフトは、まず、映画産業などで開発されたが、その後、他の分野でも普及してきた。中国で使用されているソフトの詳細は不明であるが、おそらく、商用に開発された画像認識検索ソフトをベースとしたものと思われる。

参考文献

- 1) “International Patent System Marks Two Millionth Filing - U.S. Mobile Technology Innovator, Qualcomm, files Landmark Application”. WIPO. http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2011/article_0013.html, (accessed 2011-11-25).
- 2) 井上英明. 米IBM, ブラジルに九つめの基礎研究所を開設. 日経コンピュータ誌. 2010-06-09. <http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/NEWS/20100609/348965/>, (accessed 2011-11-25).