

企業戦略構築における法改正の意味～知的財産権を中心に～

ビジネスを“守る”法務からビジネスを“創る”法務へ

大阪大学大学院高等司法研究科教授 青江 秀史

近年、企業法務部門は、“守る”姿勢から積極的にビジネスを“創る”姿勢へと変わってきている。すなわち、潜在するニーズを掘り起こし、企業戦略構築に積極的に関与し、戦略を具体化していくために必要な法律を上手く“翻訳”し、活用していける部門へと変わっていくことが求められている。様々な法の改正に対する“気付き”をいかにビジネスに繋げていくのか、ということが問われているのである。

経済・市場環境の変化に伴い、中でもこの数年、知的財産権やIT関連の法整備が進められている。たとえば、電気通信事業法も、昭和60年当時には自ら回線を持つ第一種事業者（大規模電話会社）と自ら回線を持たない第二種事業者（サービス事業者）に区分され、回線の中を流れているのが知的財産であるという認識もほとんどなかったが、今日、知的財産への意識が高まるとともに事業者間の競争が急速に進展するといった状況の中で、サービス・ルールの改正が進められている（一種事業者の事業参入を「許可制」から「登録制」へ、事業の休廃止を「許可制」から「利用者通知と事後届出」へ、など）。

企業は、これら法改正の動向を“翻訳”し、企業戦略構築に活用してもらいたい。また、電気通信事業法などの業法がどのような変遷を経て今日に至っているのか、今後、どのような方向に変わっていけば新たなビジネスチャンスが生まれるのかを考えていかねばならない。

知的財産は保護から活用へ

大阪大学大学院高等司法研究科教授 茶園成樹

知的財産法に関しては、2005年には地域ブランド保護制度の新設（商標法改正）、営業秘密の保護強化、模倣品海賊版対策の強化（不正競争防止法改正）、関税定率法の改正が行われ、2006年通常国会では、画面デザインの保護（意匠法改正）、小売業のサービスマークの保護（商標法改正）、特許法等の刑事罰の強化などが成立した。最近の傾向を見ると、知的財産の保護の段階から、保護した後の活用の段階に重点が置かれるようになってきている。創造、保護、活用、そして新たな創造という知的財産のサイクルを加速させていこうということである。以下は主な法改正の概要。

地域ブランド保護制度（地域団体商標制度）：地域振興の一環として商標法（7条の2）に新設された制度である。この制度で保護されるのは事業協同組合等の組合であり、株式

会社は地域団体商標権を取得できない。しかし、組合と連携することでこの制度を活用し地域密着型の事業を展開することは可能である。2006年6月29日現在、出願件数は全国で485件、うち関西2府4件では175件（うち、京都120件）となっている。

画面デザイン：従来、意匠法で保護されるデザインは有体物の形態であり、たとえば携帯電話の通話者選択画面などの画面デザインは同法では保護されなかったが、2006年の同法（2条2項）改正で、これら一定の画面デザインも保護されることになった。

小売業のサービスマーク：従来、小売業は商品販売に付随するサービスと考えられ、小売業の役務のサービスマークとしての保護は受けることはできなかったが、2006年の商標法改正（2条2項）により、保護されることになった。

営業秘密の保護強化：2003年の不正競争防止法改正で営業秘密侵害罪が新設されたが、営業秘密の国外における不正使用・開示や、退職者による不正使用・開示に対する処罰規定がなかった。そのため、2005年の同法改正（同法21条）で刑事罰が課せられた（懲役10年以下または1千万円以下の罰金）。

模倣品対策：関税定率法（21条）は知的財産侵害物品を輸入禁制品としており、税関長は知的財産侵害物品の没収・廃棄や積み戻しを命じることができると定められている。この水際規制が、2003年・2005年の同法改正により強化された。ただし、海外での生産・流通への規制力はないので、日本は「模倣品・海賊版拡散防止条約」を提唱している。

今後の法改正の行方については、個人輸入代行業に対する規制、著作権法改正に関わる刑事罰の強化や、IPマルチキャスト、私的録音録画補償金制度に関する議論が進められている。

（文責 事務局）