

～あなたも知らないうちに侵害しているかも～

今すぐ知りたい！ 知的財産権

2014年6月23日

Rita特許事務所

<http://www.rita-pat.com>

野中 剛

第1章 イントロダクション

知的財産の重要性

- 特許権、著作権などのライセンス供与による
金銭収入
- 第三者の権利化や無断使用を阻止
(自身が権利取得で利潤を追求しないまでも、
第三者の権利化は阻止しておかないと、
自身に災難が降りかかる可能性もあります)
- 第三者の権利を侵害してしまった場合には、
思わぬ出費と、イメージダウン
(商品購入の際に、知的財産権侵害の問題を確認する作業は重要)
- 形は無いが、財産の一つ
(会社の価値判断の一つになります、権利取得費用は経費扱い)

争いが起きてしまうと大変！

- 裁判になると、精神的・経済的負担が大きい
相手方答弁書には、精神的にダメージを受けるようなことが書かかれていることも
Samsungは、Appleに1000億円近くの損害賠償命令（米国）
- 勝っても負けても、弁護士費用はかかる
数百万円かかることも珍しくない。

うちの業界は仲良しだから大丈夫？

- 仲良しの関係が続くとは限らない。

(株主との関係で放置出来ない状況が起こります)

- 外国の企業は、容赦なし。

(権利侵害の場合、差止請求や、損害賠償請求を提起される可能性もあります)

→ 訴えられた場合、
「企業なのに、法律知らないの？」
とイメージダウン

→ 商談時に、購入者側から
「他社の特許権侵害が無いこと」
を確認されてから、慌てると恥をかく。

→ 特許出願をやり続ければ、技術力がつきます。

(自らの技術レベルを客観視できる)

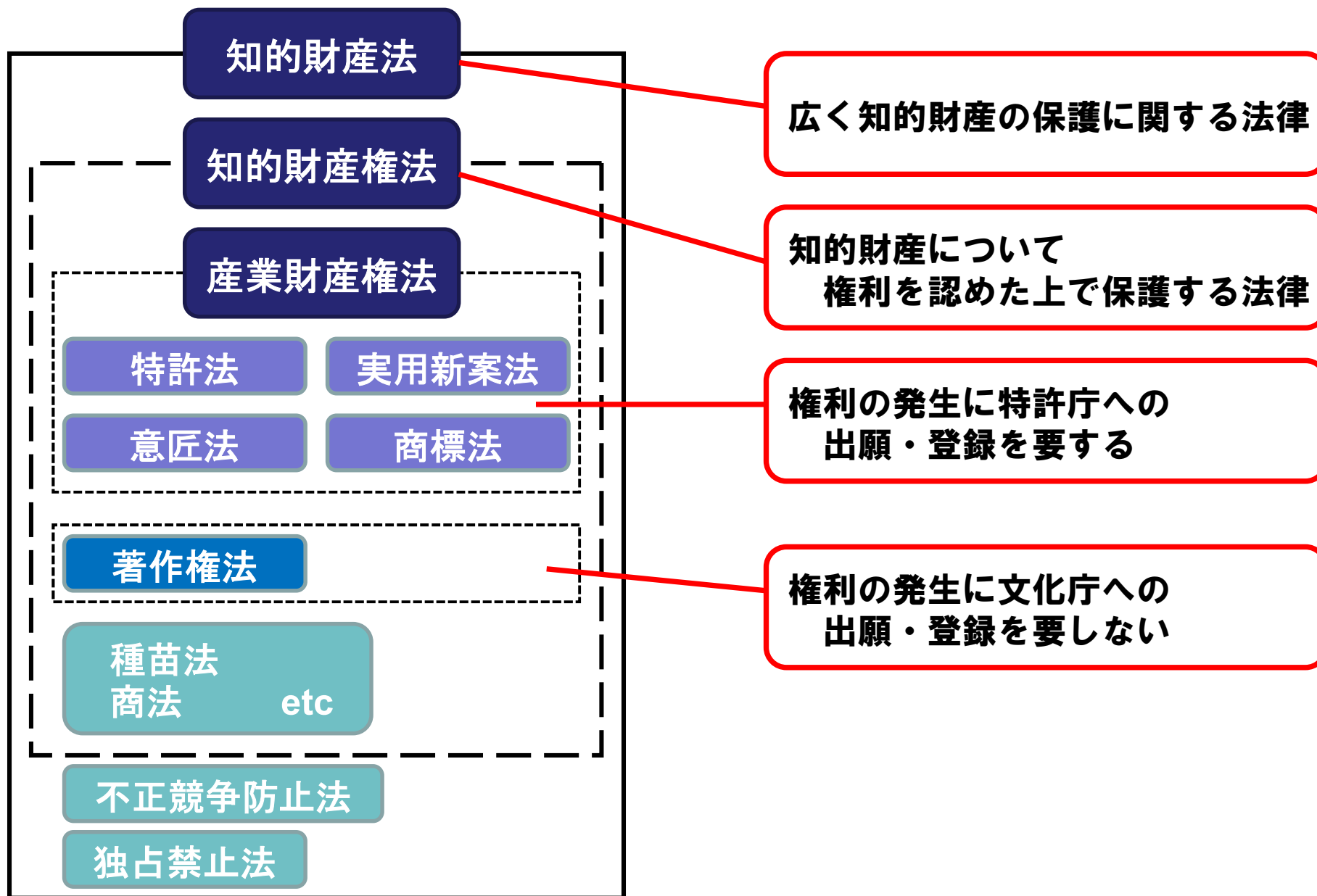
身内の模倣に気をつけて！

- 退職社員による技術流出は良くある話
同じような商品(模倣品)を製造販売するライバル企業になる
(過去の経験が生かせる同業種になることは珍しくない)
ノウハウで稼いでいる会社は、営業秘密管理が重要
- 問題は、社内環境の悪さかも？
社内環境の不満がきっかけで、退職し、技術流出になる
ケースは少なくない。
知的財産管理も重要だが、
就業規則・退職金制度など、社内環境整備も重要。

適当な弁理士が見つからない！

- ・数千人しか居ない。
(他の士業に比べて圧倒的に少ない)
 - ・企業知財部と特許事務所との間で成立する仕事が圧倒的で、知財に縁が薄い会社との接触機会が少ない。
 - ・知財の基礎知識が無い人とのコミュニケーションが得意でないかも。
- **基礎的な情報を知っていれば済む場合も多く、ある程度は弁理士を使わないで解決出来るスキルがあった方が良いでしょう？**

知的財産法の全体イメージ



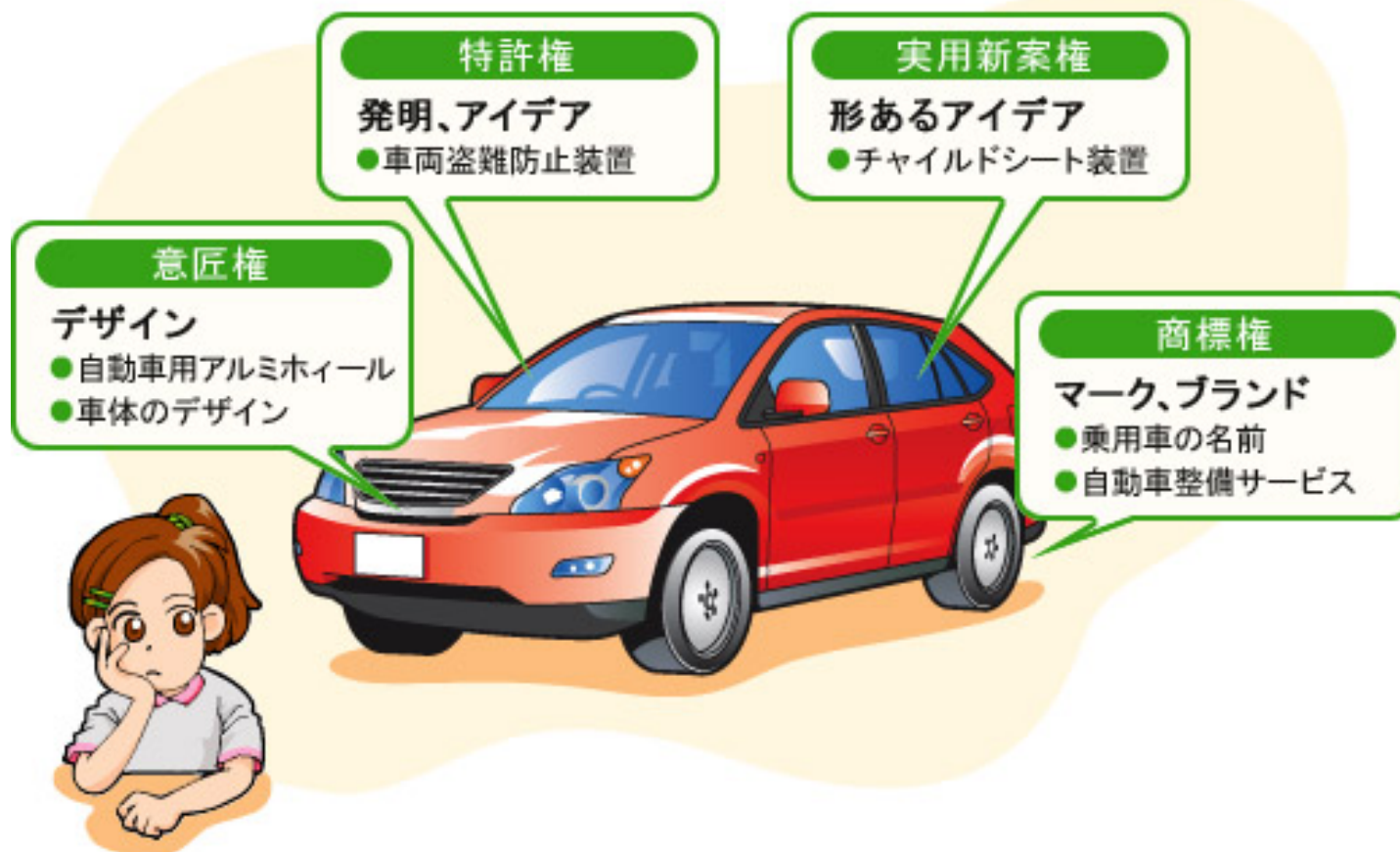
第2章

知的財産制度について

知的財産を守ってくれる制度

アイデアやデザインなどを勝手に使われたり、まねされたのでは、新しいものを創造しようという創作者の意欲が失われてしまいます。

また、商品やサービスにつけるマーク(目印)を勝手にまねされたのでは会社の信用問題になりまねません。そこで、こうしたアイデアやマークを守るルールが特許、実用新案、意匠、商標の各制度です。



身の回りのアイデア、デザインなど

私たちの暮らしの中にはたくさんものがありますが、これらは様々なアイデアやデザインなどをもとに作られています。

音量を変えたり、細かい音源を設定して演奏することができます。



鉛筆等の文房具を入れる他にメモ用紙もついているのでその場でメモを取ることができます。



電話で話す他にも、カメラの機能がついていたり、メールを送信できたり、様々なことができます。

1枚ずつはがして貼ることができます。



鉛筆の後ろに消しゴムがついています。



腰に負担がかからないようにマットレスにバネが入っていたり、お年寄りが起きやすいように自動的に起き上がれるような機能もあります。



持ち歩きしやすいコンパクトなデザインが多く、自動的にシャッターが切れたり、ピントを合わせたりすることができます。



特許法・実用新案法

新しい機械や装置などの発明は特許法



技術を守る ～特許/実案制度の役割～

技術開発によって生まれたアイデアや発明を、財産として守ってくれるのが「特許権」という知的財産権です。

特許制度は、発明者に発明の独占を認める一方で、その代わりにその発明を公表して、それをヒントに新たな技術開発を促進する制度です。

例えば、携帯電話もたくさんの発明によってどんどん小型で便利なものになり、今では沢山の人が持つようになり、私たちの生活には欠かせない物になりました。

まさに、特許制度は日本の経済成長を支えている柱の一つと言えます。



特許権を取るには？

出願

明細書(文章や図)と願書(住所等)を書きます。

特許庁の出願窓口申請します。(郵送やパソコンでの出願も可能です。)

※弁理士に手続を頼む方法もあります



公開

刊行物(公開公報)で出願の内容が公開されます。

※インターネットでも掲載されるので今までどんな発明が出願されたかを簡単に調べることができます。

※出願しただけでは特許は取れません!



審査

「審査請求」という手続をして出願内容の審査を受けます。
審査に合格すると登録の通知(特許査定)が送られてきます。
※不合格の場合には拒絶理由が通知されるので、指摘された部分を直せば合格することもあります。



登録

特許料を納付

「特許原簿」に登録

「特許権」発生、「特許公報」発行

拒絶

審査官の審査に不服があれば、
審判を請求することができます。



特許権と実用新案権の違いは？

A: 特許－発明、実用新案－考案と用語は違いますが、いずれも「技術的思想の創作」を保護する点で共通しています。

レベルの高いアイデアは特許で、レベルの低いアイデアは実用新案でという考えを聞きますが、正しくはありません。

法律でも「高度の」という言葉の有無がありますが、実質的な意味はありません。

それよりも、

実体審査を行って審査官が特許性の有無を判断してくれる特許と、

実体審査を行わないで進歩性などの登録要件に不備があっても登録される実用新案権という観点で違いを理解しておくべきでしょう。

実用新案権では、差し止め請求や損害賠償請求といった権利行使が出来るシーンは限られるのですが、「実用新案権取得済み」というロゴを商品でアピール出来るので、一定の抑止力(はったり)になる可能性があります。

日本では、実用新案権制度を活用する方は多くないのですが、最長で10年間「実用新案権者」であることをアピール出来るこの制度を活用する方法はあるでしょう。

意匠法

車などの工業デザインは意匠法



デザインを守る ～意匠制度の役割～

商品のデザインは、私たちのニーズやトレンドを先取りするかのように時代とともに変わってきています。

個性的なデザインほど商品の売れ行きを左右することがよくあります。

しかし、魅力のあるデザインになってくると、まねされやすいということがあります。

この商品のデザインを財産として守ってくれるのが「意匠権」という知的財産権です。

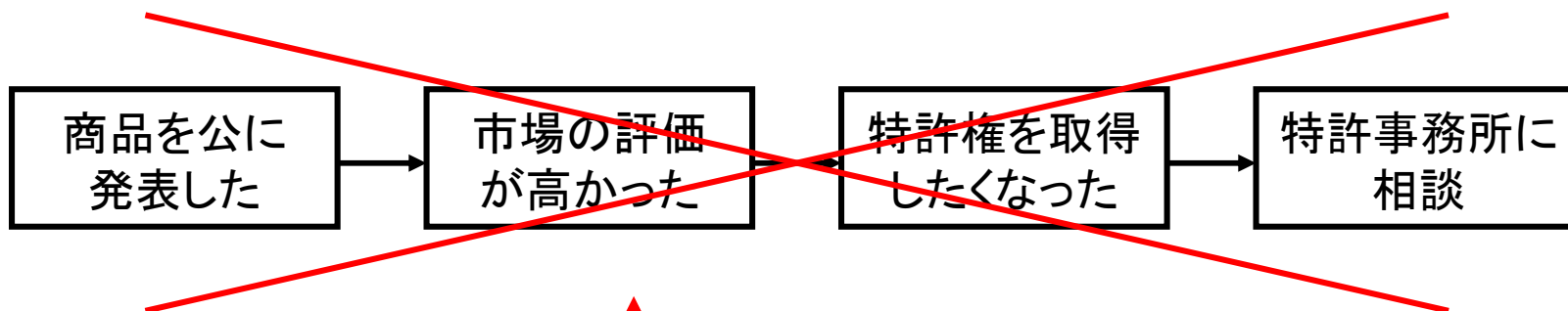


出願の前に第三者にしゃべらないで！

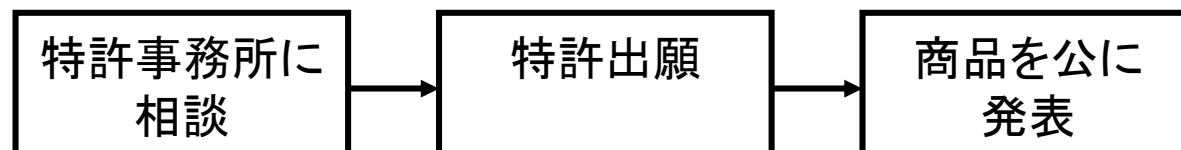
守秘義務の無い第三者に発明の内容を話した時点で、新規性を喪失したことになり、特許要件を満たさなくなります(特別な手続である程度リカバリー出来るが)。

話した事実がばれなければ、特許権を取得出来る可能性はありますが、特許権を無効に出来る口実になりますので、非常に不安定な権利状態になります。

このため、特許出願が完了するまでは、守秘義務の無い第三者に発明の内容を公開するのは避けましょう(実用新案や、意匠も同じです)。



弊所に来る新規顧客の大半がこのパターンです。



ブランドを守る ～商標制度の役割～

私たちが商品の購入やサービスを利用する時、商品等の「名前」や「マーク」を一つの目印として選んでいます。

この商品やサービスの信用を積み重ねることによって、「信頼がおける」「安心して買える」というブランドイメージが増していきます。

しかし、「名前」や「マーク」を勝手にまねられて、品質が悪いものが出てくれば、ブランドイメージ自体は低下するでしょう。

この商品やサービスに付ける「名前」や「マーク」を財産として守ってくれるのが「商標権」という知的財産権です。

(42類 飲食物の提供など)

The Glico logo is written in a black, cursive script.

(41類 記録の供覧、
映画の上映)



(18類 かばん類、袋類、傘など)

商標の調査は重要です

(1) 商標権を取得するための調査

他の登録商標との類否関係を調査しておけば、商標権の登録可能性は出願前にある程度把握することができます。

出願から登録まで約5ヶ月かかりますから、出願前に登録可能性を知っておく価値は大きいと言えます。

(2) 他社の商標権侵害を回避するための調査

商号や商標が、他の登録商標と類似の関係にある場合には、商標権侵害で訴えられる可能性があります。

警告書や訴状を受け取ってから商号や商標を変更するのは、余計な出費がかかりますし、社会的な信用を失う可能性もあります。

このため、**自社で商標権を取得する意思が無い場合でも、事前に調査し、他の登録商標の存在を知っておく価値が非常に大きい**と言えます。

同じネーミングの登録があっても大丈夫

商標が同じだが、指定商品が非類似だとして登録された例

商標第3000271号

VIVACE

商標権者: ミサワホーム

指定商品 37類: **建築一式工事**

商標第2089927号

VIVACE

ヴィバーチェ

商標権者: 村田良友

指定商品 6類: **つえ用金属製石突きなど**

商標第4042241号

VIVACE

商標権者: 三井ホーム

指定商品 36類: **建物の売買など**

商標第3320093号

VIVACE

商標権者: 三菱自動車

指定商品 12類: **自動車など**

**同一のネーミングが商標登録されていても、
指定商品が非類似であれば、
商標登録されることがあります。**

指定商品が重複していても大丈夫

指定商品が同じだが、商標が非類似だとして登録された例

先に登録されていた商標	後から出願した商標
LIVEX	
WIN	Win-Q
ゆいと 結人	Y u i t

審査官に非類似だと認めさせることが出来れば、
商標登録されることがあります。
(審査官の類否判断は、一般人の感覚と違うかも)

ブランド戦略とは？

A: 需要者に一定の品質があると思わせる信用力を形成させる戦略

商品やサービスの品質は、購入前には分かりにくいものです。

分からない場合、ブランドが購入の決め手になることが多くなります。

例: ベンツと、ベンツにそっくりな車 どちらを選びますか？



ブランド力(信用力)は、一朝一夕に形成されるものではなく、
統一したネーミングやロゴの使用、商標権取得による第三者の模倣阻止など、
長期的視野に立った戦略づくりと、
信用を蓄積させる絶え間ない努力が必要です。

著作権法

音楽や小説

俳優による実演や放送は著作権法



著作物とは？ 著作者とは？ 著作権とは？

- ・ 著作物とは、思想または感情の創作的表現であり、文化の範囲に属するもの
例：小説、音楽、美術、映画、コンピュータプログラム等
新聞、雑誌、百科事典などは編集著作物
- ・ 著作者とは、著作物を創作する者を言います。
例：幼稚園児でも絵を描けば、その絵の著作者になります。
- ・ 著作者の権利は、
著作者人格権（公表権、氏名表示権、同一性保持権、名誉・声望保持権）と、
著作財産権（複製権、上演権、公衆送信権など）があります。
- ・ 著作隣接権は、
著作物を創作していないが、著作物の伝達に寄与する者に与えられる権利
実演家、レコード製作者、放送事業者など。

著作権には色々な権利がある

著作者人格権：著作者の気持ちを保護するための権利
(注意！著作者人格権は、移転出来ません)

- ・公表権

公表するかしないか、公表するなら、その時期や方法を決定できる権利。

- ・氏名表示権

氏名を表示するかしないか、表示するなら実名か変名かを決定できる権利。

※変名とは、ペンネームやニックネームのこと。

- ・同一性保持権

著作物およびその題号について意に反して改変されない権利。

明らかな誤字の修正には同一性保持権の効力は及ばない。

修繕や、目的等に照らしてやむを得ない改変は人格権侵害とならない。

森進一のおふくろさん騒動は、
著作権者の許諾を得ずに、
歌詞の一部を改変して歌っていたことが発端。

著作権には色々な権利がある

著作（財産）権：著作者の経済的利益を保護するための権利。

著作権法上では、“著作権”と表現されている。

小室哲哉の詐欺事件は、
著作権の一部を第三者に譲渡済みであるにも関わらず、
著作権譲渡契約で金銭を得たのが発端。

- ・複製権 コピーする権利
- ・上演権/演奏権 その著作物を公に演奏、上演する権利。
- ・上映権 その著作物を公に上映する権利。
- ・公衆送信権 放送、ホームページを閲覧させる、サーバへアップ等する権利。
- ・口述権 その言語の著作物を口述する権利。
- ・展示権 美術著作物/未発行写真著作物を公に展示する権利。
- ・頒布権 映画の著作物を、複製物により頒布（譲渡・貸与）する権利。
- ・譲渡権 著作物をその原作品または複製物の譲渡により公衆に提供する権利。
- ・貸与権 著作物をその複製物の貸与により公衆に提供する権利。
- ・翻訳権・翻案権等 著作物を翻訳、編曲、変形、脚色、映画化、翻案する権利。

著作権者の許諾無しでは複製出来ない

- ・著作物を利用する場合には、原則として、著作権者の許諾が必要

土屋アンナの事件は、著作権者の許諾を得ずに、二次的著作物を創作していたかもしれない。

- ・二次的著作物を利用する場合には、
二次的著作物の著作者と、原著作物の著作者の許諾も必要
→著作権者に無断で二次的著作物を創作すると、
翻案権や同一性保持権を侵害することになる。

本資料について
資料自体は皆さんに譲渡しているので、
これを他人に再譲渡しても結構ですが、
複製権は、著作者(私)が保有しているので、
無断複製はできません。

CDが売れると誰が儲かる？

作詞家/作曲家は？

著作物を創作している(著作者)

→著作者人格権(公表権/氏名表示権/同一性保持権)

→著作財産権(複製権/上演権/演奏権/上映権/公衆送信権(送信可能化権)/口述権/展示権/頒布権/譲渡権/貸与権/翻訳権/翻案権)

著作隣接権:

著作物を創作していないが、著作物の伝達に寄与する者に認められた一定の権利
(著作物そのものを保護する権利ではない)

実演家(歌手など)

著作物を創作していない

→実演家人格権(氏名表示権/同一性保持権)

→録音権/録画権/放送権/有線放送権/

送信可能化権/譲渡権/貸与権

レコード製作者

著作物を創作していない

→複製権/送信可能化権/譲渡権/貸与権

放送事業者

著作物を創作していない

→複製権/再放送権/有線放送権/

送信可能化権/伝達権

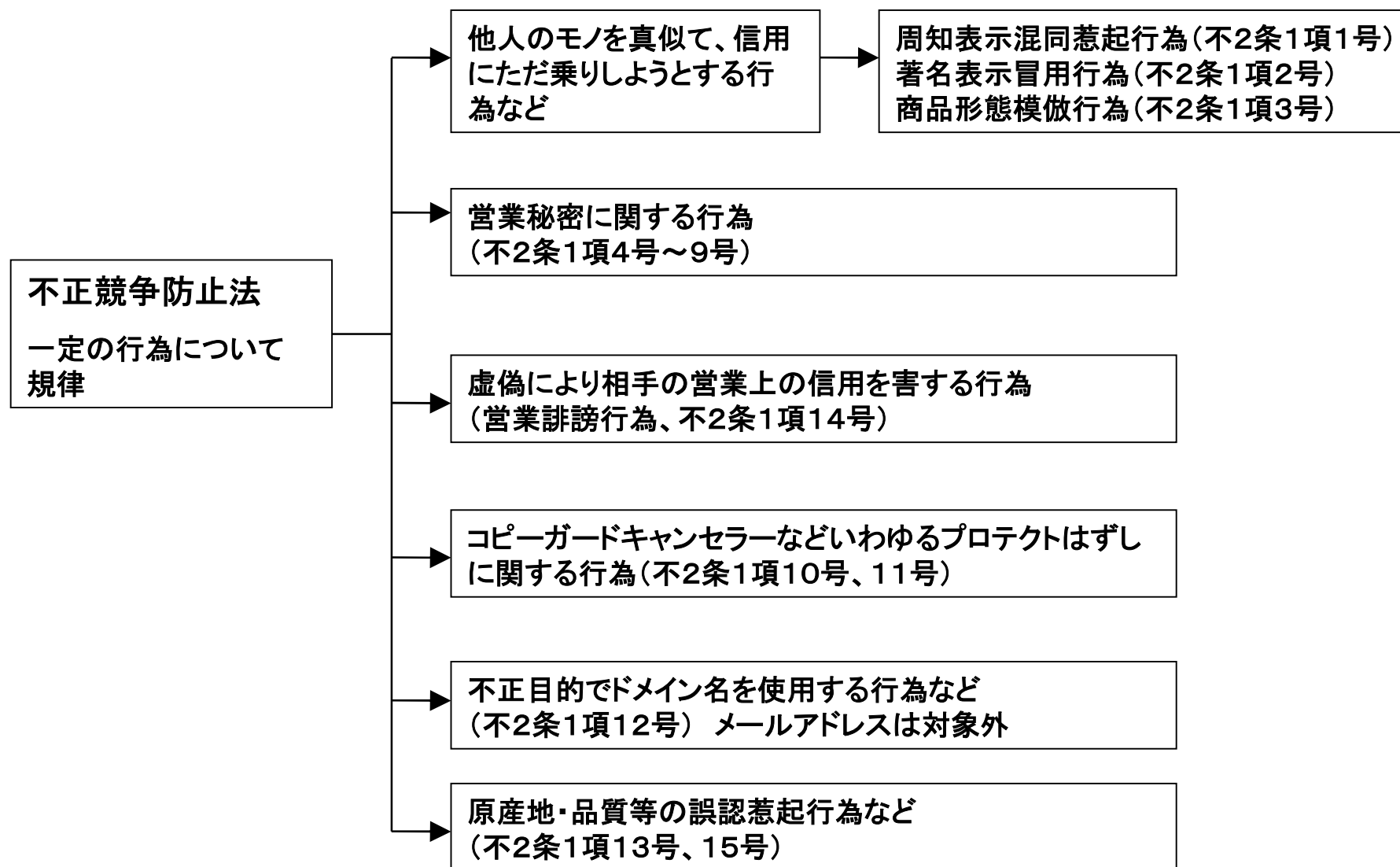
権利はどう違うの？ ～権利っていくらでとれるの？～

	特許権	実用新案権	意匠権	商標権	著作権
保護対象	物、方法、物を生産する方法の発明	物品の形状・構造に関する考案	物品のデザイン	商品・サービスのマーク・名前	著作物 (音楽、文章、プログラム等)
審査	有り (審査請求要)	無し	有り	有り	無し (創作時に自動発生)
権利の存続期間	出願日から最長20年	出願日から最長10年	登録日から最長20年	登録日から10年 (更新可能)	著作者の死後50年など (著作物により変動する)
特許庁への手続費用	約20万円 3年目の登録料まで	約2万円 3年目の登録料まで	約4万円 3年目の登録料まで	約5万円 10年分の登録料まで 商品区分:1つ	/

注: 上述の特許庁への手続費用は、弁理士に支払う手数料を含みません。弁理士に支払う手数料は事務所ごとに異なりますし、案件の難易度によって大きく変動します。
(例えば、特許出願時の手数料は20～60万円程度の幅で変動)

その他・模倣を食い止める方法

下記の不正競争行為に該当すれば、商標権などを保持していなくても、
差止請求や損害賠償請求が可能(立証は容易ではないので、あくまでも最終手段として)



模倣に関する不正競争行為

(1) 周知表示混同惹起行為

周知な商品等の表示と、同一か類似の商品等の表示を使用する行為で、他人の商品や営業と混同を生じさせる行為

例えば、看板、映像、音などが、商品等の表示に該当

周知性と混同の2要件が必要

(周知は、一地方で有名な状態でも良い場合がある)

(2) 著名表示冒用行為

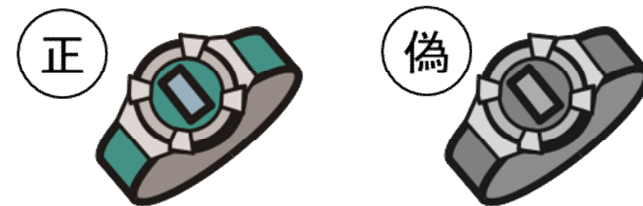
著名な商品等の表示と、同一か類似の商品等の表示を使用する行為。

著名性が要件(周知よりも更に知られている状態)

(3) 商品形態模倣行為

他人の商品の形態を模倣した商品を販売などする行為

いわゆるデッドコピーで、最初の販売日から3年経過後は適用外



第3章

知的財産に関するQ&A

弁理士は何をしてくれるの（特許編）？

A: 発明の理解、特許性の検討、権利範囲の広さの検討、特許明細書の作成などを行います。

但し、契約によっては、特許明細書の作成だけを請け負う場合もあります。

- ・発明を本質的に理解する作業（発明者が本質を理解していないことが多い）
- ・その発明に関連する先行技術文献の有無の調査
- ・先行技術文献との比較した特許性の検討
- ・特許性がありそうな権利範囲を考慮した特許明細書の作成
- ・改正法に対応した特許明細書や、拒絶理由応答の検討
- ・外国出願時の誤訳を回避するための表現の工夫

また、発明と事業との関連性を考え、特許出願すべきかどうかのアドバイスなどを行う場合もあります。

特許明細書を自力で作成出来るか？

A: 発明に関連する技術分野の知識があり、文章力があれば、可能です。

出願手続も法律や審査基準に従って行えば可能です。

但し、先行技術文献との違い、法律で定められた記載要件を完全に理解することは非常に難しく、時間がかかります。

従って、社内の技術者や知財担当者のスキルアップを目的として、特許明細書作成を内製化する分には、時間はかかりますが、良い成果が得られると思います。

ただし、拒絶理由通知を受けてから、弁理士に依頼する中途受任は途中から発明を理解するため割高になることが多いし、補正書などで修正不可能な不備があった場合の責任の所在が不明確になることもあります。

このため、コストダウンの観点から内製化を図ることは余り得策ではないでしょう。

職務発明ってなに？

A: 会社に勤める従業員が会社の仕事として研究・開発した結果完成した発明のことを言います。

職務発明であれば、会社は従業員の許可をもらわなくても無償の通常実施権があるため自由に特許発明を実施することができます。

また、従業員から発明に関する権利を譲り受けることにより、会社が自ら特許権者となって特許発明を実施することも出来ます。

職務発明に限りますが、予め従業員の職務発明に関する権利を会社が譲り受けられるように決めておくこと(予約承継)も出来ます。

従業員が、職務発明に関して特許を受ける権利や特許権を会社に譲渡したときは、会社から職務発明の社内貢献に応じた「相当の対価」を受ける権利を有します。

「予約承継」や、「相当の対価」は、勤務規則などの社内規定で定めておくことが望ましいです。

弁理士は何をしてくれるの（商標編）？

A: ネーミングの識別力有無の調査、類似する登録商標の有無の調査、実施する事業に関連する指定商品や指定役務の検討、商標登録出願願書の作成などを行います。

契約によっては、商標登録出願願書の作成だけを請け負う場合もあります。

- ・指定商品が明確であり、類似商標などの調査が不要であれば、弁理士に頼らずとも比較的簡単に出願手続を行うことができます。

- ・ただし、数ヶ月後の審査結果を待たずに事業を始めたい場合には、ある程度、調査を行っておかないと、取り返しのつかない事態も起こり得ます。識別力調査、類似商標調査などは、商標の専門的な知識が無いと判断が難しいので、最初から弁理士に依頼しておいた方が安価で済むかもしれません。

- ・商標調査の結果、当初考えていたネーミングでの商標登録が困難だと分かった場合に、別途事業内容から考えて商標登録出来そうなネーミングを考えてあげるサービスをしている弁理士も居ます。

発明を著作権で保護出来るか？

A: 実質的には難しいでしょう。

コンピュータプログラムは、著作物として著作権で保護されますが、著作権の効力が及ぶのは、そのコンピュータプログラムを複製した場合に限られます。

そのコンピュータプログラムで動作する機能が似通っていたとしても、そのコンピュータプログラムとは別に独自に開発したものであれば、著作権の効力は及びません。

特許権は、複製だけでなく、同じ技術的思想であれば、それに効力が及びます。

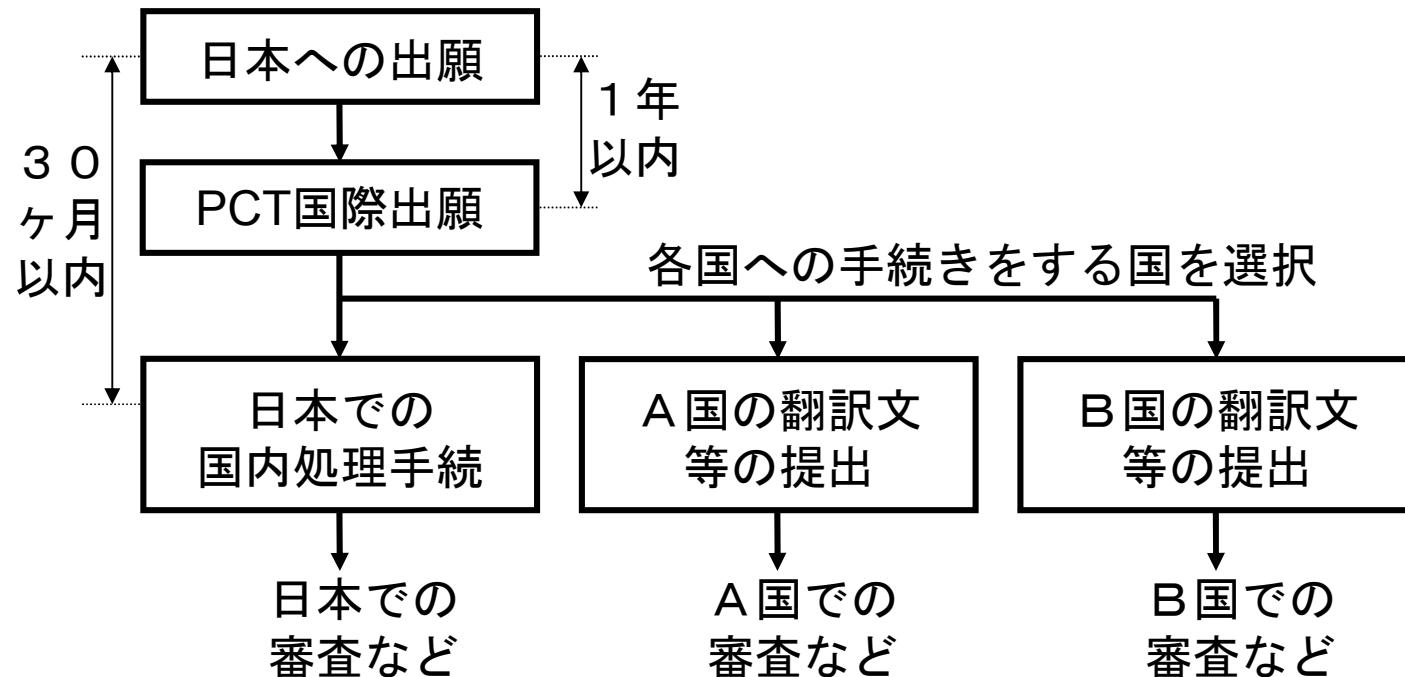
国際特許ってあるの？

A:ありません。

ある国で特許権を取得したい場合には、その国の特許庁に対して特許出願を行って権利化を目指す必要があります。

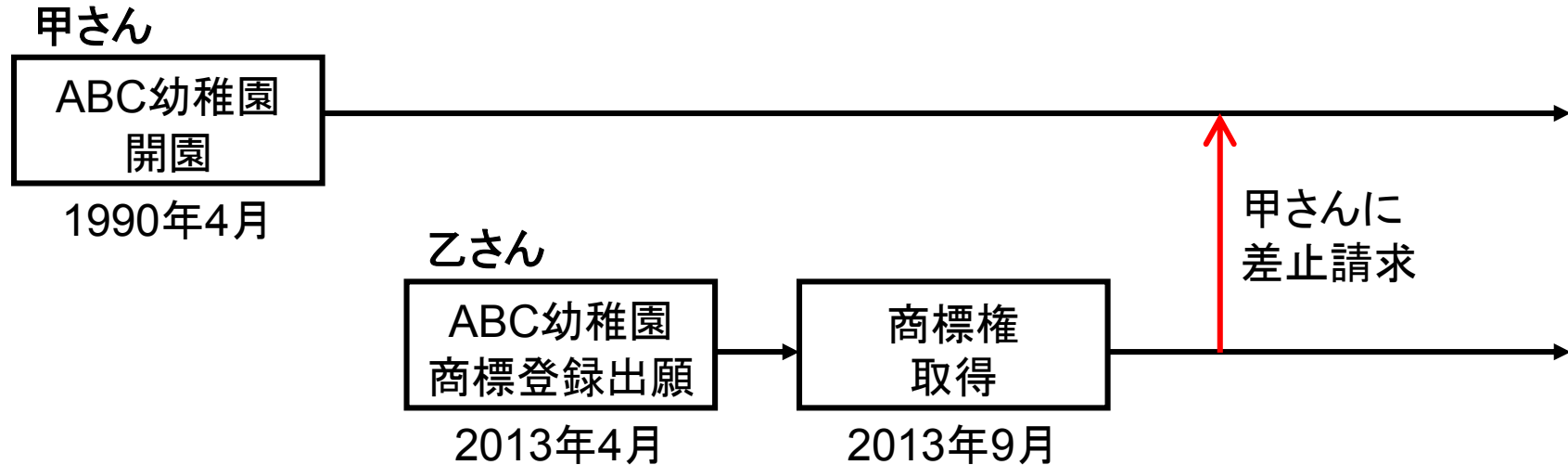
複数の国に出願する際の便宜を図るための制度として、パリ条約に基づく優先権制度とか、PCT国際出願制度などがありますが、最終的には、権利化を目指したい国ごとに特許性の有無を判断してもらう必要があります。

なお、欧州特許庁では、特許性の判断まで欧州全体で判断してくれる制度がありますが、特許査定後は、権利を取得したい国ごとに登録料支払いなどの手続を行う必要があります。



昔から使っている名前で商標権侵害？

A: 昔から使っていた名称でも、後から取得した商標権の侵害が成立することもあります。

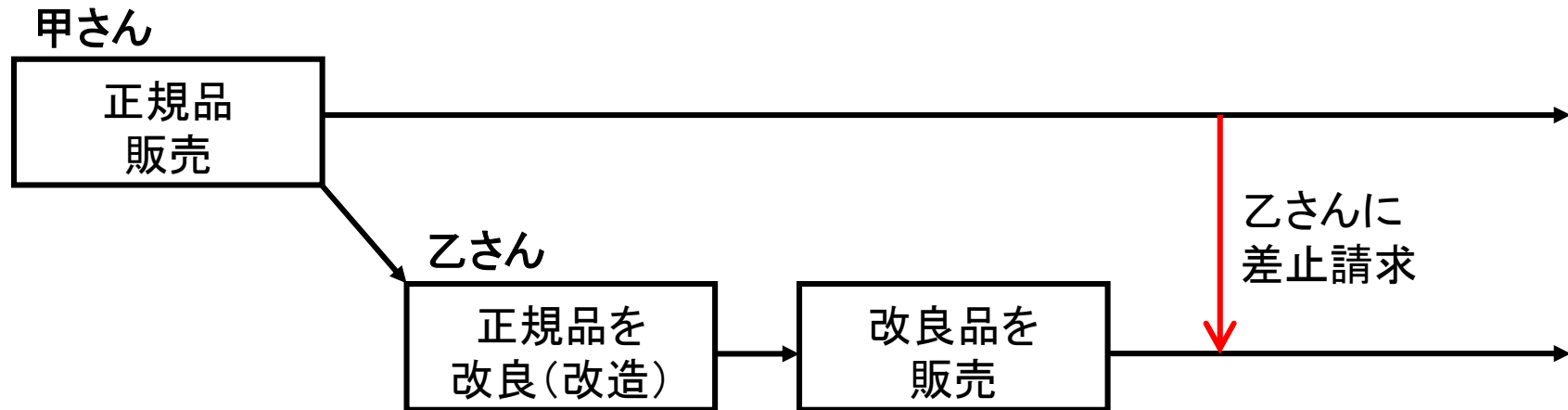


甲さんは、乙さんよりも先に「ABC幼稚園」というネーミングを使っていた。でも、先使用权が認められるとは限らない
(先に使っていたこと以外に、著名性の要件が必要)
“著名性”の要件を満たしているかは、客観的に判断しにくい(裁判次第)。

→裁判の費用や時間を考えると、
(勝てるかもしれないのに)名称を変更する方が得策と考え、
甲さんは、幼稚園の名称を変更した。

正規購入品を改造して販売してよい？

A: 商標権侵害や不正競争行為が成立することもあります。



乙さんは、正規に甲が販売する製品を購入し、
購入した製品に改良を加え、性能アップした商品を販売した。
(しかも、改造品であることを、しっかりと明記していた)

それでも、甲さんが商標権を持っていれば、
商標権侵害に該当する場合があるし、
商標権を持っていなくても、不正競争行為に該当する場合があります。

パブリックビューイングって問題ない？

A: 問題有りでしょう。

スポーツの生中継は、著作物には該当しないかもしれませんが。

著作物で無ければ著作権も発生しませんが、放送事業者は、著作隣接権(送信可能化権、公衆伝達権など)を持っているので、視聴者などが放送番組を無断で公衆伝達することは出来ません。

例えば、サッカーW杯であれば、主催者であるFIFAが興行権を持っていて、興業主としてサッカー中継やパブリックビューイングの許諾を行っているでしょう。

また、放送事業者は、映像を拡大する装置を用いて放送を公に伝達する権利を専有します(著作権法100条)。

このため、興業主や放送事業者の許諾を得ない限りは、パブリックビューイングを行うことには、著作権法上の問題を抱えていることになります。

なお、著作権法38条3項で、営利を目的とせず、観衆から料金を受けない場合には、受信装置を用いて公に伝達することが出来る規定ありますが、パブリックビューイングでは営利性が問題となる可能性があります。

但し、ラーメン屋で客に見せるような、通常の家計用受信装置の場合には、営利目的でも自由に出来ます。

→徐々に問題視されていることなので、世の中の流れを注意深く見ておく必要があります。

モノマネ/替え歌は知的財産権侵害？

A:モノマネは問題なし、替え歌は問題あり。

著作物を演じる歌手や俳優は実演家の権利がありますが、モノマネは実演家の作品を放送したり、改変したりするわけではないし、ヒトそのものは著作物ではないので、実演家が著作権侵害でモノマネ者を訴えることは難しいでしょう。

ただし、名誉棄損や、パブリシティ侵害の可能性があるので、実演家本人の承諾をとった上で行うのが無難と言えるでしょう。

なお、モノマネで歌を歌ったり、踊ったりする場合には、歌に関する著作権者(作詞家、作曲家)や、振り付けに関する著作権者(振付師)の許諾を得る必要があります。

替え歌は、歌詞という著作物を改変していることになりすから、作詞者(著作権者)の許諾なしで替え歌を歌う場合には、著作者人格権の侵害に該当します。

ブログ・SNS投稿時の知的財産権侵害

A: 他人の写真の投稿には注意してください。

著作権ではありませんが、肖像権(他人から無断で写真を撮られたり、無断で公表されたり利用されたりしないように主張できる考え)の問題があります。

写真を投稿されることを喜ばない人も居ますので、「今から撮る写真は、ブログで公開しますけどいいですか？ダメな場合は写真から外れてくださいね。」など、一言断りを入れた方が良いでしょう。

ホームページにおける著作権表示

A: 必須ではありません。

例えば、弊所(Rita特許事務所)のホームページであれば、

Copyright © 2010-2014 Rita Patent Law Firm All Rights Reserved.

明確な定義はありませんが、2010年に初めて公開され、2014年に最新の情報を更新していることを示しています。

Copyright © 2010 Rita Patent Law Firm All Rights Reserved.

2010年に初めて公開されたことを示しています。

ただし、著作権表示は、義務づけられているものではない(創作時に自動発生)ので、表記が無くても問題ありません。

新聞記事をコピーして配布して良い？

A: 問題あります。

著作権者(大抵の場合、その記事の執筆者)から、資料として複製すること等について許諾を得る必要があります。

社団法人日本複写権センターと契約することにより、殆どの文献のコピーについて包括的な許諾が得られる仕組みはあります。

論文を文集の形で発行して良い？

A: 問題あります。

「印刷」は、論文という著作物の「複製」に該当するため、論文の著作者の許諾を得る必要があります。

厳格に行うことが難しい場合には、入学時や年初に説明することにより、万が一揉めた場合の逃げ道になるかもしれません。

但し、電子書籍化の問題もあり、少しずつ著作権者の許諾を得る仕組みづくりはやっておいた方が良いかと思います。

既に、論文の管理について、著作権者との間で許諾契約を結んでいた場合でも、電子書籍化については別途許諾契約を結び直す必要がある可能性が高いです。

知的財産権の譲渡は可能か？

A: 可能です。

知的財産権は無体財産権であり、両者の価値観が一致すれば、有償での譲渡も可能です。

但し、著作権の一部である著作者人格権(公表権、氏名表示権、同一性保持権、名誉・声望保持権)だけは譲渡出来ません。

また、著作権の一部である著作財産権(複製権など)は、譲渡可能ですが、文化庁に登録する必要がないため、権利者がだれであるのかを注意する必要があります。

また、著作財産権は移動出来ますが、著作者人格権は移動出来ないため、著作者人格権の不行使特約など、契約時には注意が必要です。

特許権・実用新案権・意匠権・商標権は、特許庁に移転登録手続が必要です。

特許権などの保有件数は、組織(大学や企業)の価値判断の一つにもなります。

日本では未だ一般的ではありませんが、米国では特許権が株の取引と同じように、売買が行われており、億単位の売買契約も珍しくありません。

このため、企業内で、知的財産権を一元的に管理することは重要です。

知的財産の価値評価について

A: 3つの評価方法があります。

(1) コストアプローチ(これが一般的)

知的財産を取得するために必要であった費用(開発費など)に基づいて計算

○: 測定が容易で、企業会計との親和性が高い(財務諸表の計算に使われる)

×: 研究開発費用が発明の価値と同義と言えないことが多い

(2) マーケットアプローチ

市場で観察される値(類似する取引事例)に基づいて計算

○: 客観性が高い

×: 知的財産の取引市場が成熟していない

(3) インカムアプローチ

将来のキャッシュフローの予測値に基づいて計算

○: 発明の価値を正しく予測出来る可能性が高い

×: 予測が難しい(客観性が低い)

→ 価値が決まれば、知的財産が、信託、証券化、担保融資など、資金調達に利用することも可能になります。

既に運用は始まっていますが、
価値評価は、算定が正しいかどうかの判断が難しく、
制度としてはありますが、一般的になっているとは言えません。