

特許庁広報のこれまでとこれから

総務部総務課 課長補佐（広報班長）

中野 裕之

抄録

特許庁の広報室では、知財関係者だけでなく、これから知財を知ろうとする人や子どもなど、幅広い層へ向けて発信しています。どのように情報発信をしているのか、広報室が提供する発信ツールとともに紹介します。

1. はじめに

特許庁には広報室があります。「広報」とは施策、サービス、商品等に関する情報発信であり、特許庁の広報室でもホームページ、広報誌やTwitterなどを利用して色々な情報発信をしているのだらうと想像すると思います。

特許庁の広報室、広報班の英語名はそれぞれ「Public Relations Office」、「Public Relations Section」となっていて、つまり広報とは「Public Relations」です。いわゆるPRと略されるもので、日常生活でも何となく耳にします。この「Public Relations」はその名のとおり、社会との関係構築です。つまり、広報室は、特許庁の施策やサービスの実現や達成しようとする目的のために社会との関係を構築していくのです。報道や記事など、いわゆるパブリシティがその一つであり、それらを通じて社会に認知され、特許庁の施策やサービスを利用する方々、さらには産業財産権制度を認知してくれた方々との関係が築かれます。

例えば記事は客観的な第三者からの評価であり、信頼も高くなります。そうすることで、特許庁の施策やサービスが必要な方々に信頼を得たうえで認知され、果ては一定の評価を伴うブランドとなります。このような信頼獲得は、単に広告を出したり、SNS等で発信したりするだけでは達成できません。

それらはこれまで築いてきたイメージを単に呼び起こすだけで、それ以上のブランド構築とはならず、結局のところこれまでの成果や評価の追認作業となります。あくまでもPRによりブランドを確立し、その後に広告等によりそのブランドを維持するべきなのです。そして、特許庁の広報活動も、ユーザーや関係者との信頼を築きながら、制度やサービスの周知をしていくべきであろうと考えます。

広報室では各施策や行政サービス発信のためのサポートをするとともに、広報室自らも発信をしています。

本稿では、広報室が行う主な特許庁の情報発信を紹介します。

2. 特許庁広報室での取組概要

(1) 特許庁ホームページ、SNS

広報室では多くの広報ツールを整備しています。

まず、日英の特許庁ホームページがあります。当然ながら種々の手続きなどの詳細な情報が掲載されています。

また、メールマガジンの配信サービスも行っています¹⁾。毎月第2、4月曜日に、知財に関するイベントや施策情報などを配信しており、多くの方々に利用いただいています。

さらに、同じく日英のTwitterアカウントがあり

1) 特許庁メールマガジン配信サービス、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/magazine.html>

ます。日本語のTwitterアカウントは2022年3月28日時点でフォロワー数が7万超となっており、比較的多いフォロワーを有しています。それゆえにTwitterでの投稿は多くの方々に届けることができ、さらに即時性も備えています。それらの特性をいかして、特許庁ホームページの更新だけでなく、特許庁の施策、サービスに関連するニーズの高い情報なども発信しています。

YouTubeでも「JPO Channel」を設けており、「つながる特許庁²⁾」でライブ配信を行うなど、積極的に活用しています。さらに、2021年12月には、農林水産省の公式YouTubeチャンネル「BUZZ MAFF³⁾」とのコラボ動画を作成し発信しました⁴⁾。その動画では、特許庁を訪問した農水省YouTuberタガヤセキュウシュウの白石優生さん・野田広宣さんに、農業技術を審査する特許審査官の業務を紹介し、また



図1 BUZZ MAFF とのコラボ動画

農産物の商標に関するクイズに挑戦してもらいました。知財は多くの分野で活用され、農業もその一つですが、BUZZ MAFFの視聴者の方々には知財になじみのない方も多いと思います。農業と知財との関わりを端緒として多くの方に知財を身近に感じ、その重要性を知ってもらえる機会になれば幸いです。

これらの発信ツールを利用したい方は広報室まで是非ご連絡ください。

(2) 広報誌「とっきょ」

そして、特許庁は年に4回程度、「とっきょ」という名前で広報誌も発行しています⁵⁾。2021年度は3月10日に「鉄道×イノベーション」というテーマで52号を発行しました。鉄道は身近なものでありつつ、多くの技術が集積され、知財が貢献する分野でもあります。また、コロナ禍で多くの挑戦をしている分野の一つでもあります。このようなテーマを取り上げることで、知財関係者はもちろん、これまで知財に関心のなかった方々にも興味を持ってもらいたいと考えています。さらに、近年、コーポレートガバナンス・コードの改訂などにより企業経営の中での知財の重要性も増しているところ、知財の役割を経営層へも訴求したいと考え、この52号では企業の経営トップへのインタビューも行っています。2021年度はこれまで地方創生、暮らしの中の知財など、各号でテーマを定めて発行してきました。知



図2 2021年度の広報誌「とっきょ」

2) 「『つながる特許庁』について」、<https://www.jpo.go.jp/support/chusho/tsunagaru-tokkyocho.html>

3) 「BUZZ MAFF (ばずまふ)」、<https://www.maff.go.jp/j/pr/buzzmaff/>

4) 「特許庁×農林水産省 (BUZZ MAFF) コラボ動画」、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/info/buzzmaff.html>

5) 広報誌「とっきょ」ウェブ版、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/index.html>

財を様々な切り口で発信することで、知財を身近に感じてもらうと同時に、すでに理解していただいている方にとっても新たな気付きとなるようにしたいと考えています。2021年度の誌面の他の企画としては、漫画による企業や特許庁の施策の紹介、独立行政法人 工業所有権情報・研修館 (INPIT) の知財総合支援窓口の活用事例、さらには知財関連のニュースの解説などのページがあります。また、「特許庁の匠」と題して、特許庁での業務に携わる人物にフォーカスした企画もあります。特許庁の施策や制度を紹介しつつ、少し切り口を変えてそれらの業務に携わった方々も取り上げました。これらの各ページの構成も、知財関係者にはより多くの情報を届け、一方で知財に関心のなかった方々には知財の重要性に気付いてもらったり身近に感じてもらうための工夫です。

2022年度も引き続き皆さんが楽しめるような誌面を作成してきたいと思えます。

(3) 各種パンフレット

2021年度8月には商標課と協力し、商標審査官が教える出願支援ガイド「商標出願ってどうやるの？」を発行しました⁶⁾。近年商標出願件数は増加しており、予め知っていれば防げていたはずの拒絶理由もあります。そのようなことをなくすため、作成に際しては商標審査官の経験をもとにして、具体的なアドバイスを掲載しました。さらに、商標に関する相談を数多く受けてきた、独立行政法人 工業所有権情報・研修館 (INPIT) の知財総合支援窓口の声も取り入れて作成しました。出願人と審査官とのやりとりをポップなデザインで表したこともあり、読者からは読みやすく理解しやすいとの声が寄せられました。2022年4月には、料金改定等を反映した第2版を作成しました。

同様に3月には意匠課とも協力し、新たな意匠制度ユーザーに向けた、意匠制度の基本やメリット、効果的な活用法を紹介するガイドブック「みんなの意匠権 十人十色のつかいかた」を発行しました⁷⁾。

2019年意匠法改正によって、建築物、内装、画像の意匠も意匠登録をすることが可能となり、意匠制度を活用し得るユーザーの裾野がサービス業などにも広がりました。そこで、意匠制度の基本やメリット、ビジネスに合わせた効果的な活用法などを詳しく理解し、学べるように、出願手順の基本までを1冊にまとめた本ガイドを作成しました。特に、様々なビジネスや創作の実情に合わせた効果的な意匠制度の活用方法を紹介した、10人の仮想人物の4コマ漫画はとて親しみやすいものとなっています。



図3 2021年度発行のパンフレット表紙

(4) 庁内見学

産業財産権やその制度をより多くの方に理解してもらうため、特許庁の見学を受け入れています⁸⁾。ただ、新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年3月28日時点ではオンラインでの見学のみを受け入れています⁹⁾。対象は学生や企業、特許事務所などを想定し、特許庁の説明、審査官からのレクチャーなどのコンテンツを用意しています。

来庁しての見学を受け入れていた頃には、中学生から大学生までの学生や企業の方、そして地方や海外からの来た方など、多くの方に来ていただきました。オンラインでの実施としたことで実際に特許庁の制度や庁舎を見ていただくことは難しくなりまし

6) 出願支援ガイド「商標出願ってどうやるの？」(PDF: 2,394KB)、https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu/shutugan_shien.pdf

7) 事例から学ぶ 意匠制度活用ガイド (PDF: 5,646KB)、https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/info/document/minnano_ishoken/01.pdf

8) 特許庁見学、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/kengaku/index.html>

9) オンラインでの見学、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/kengaku/online/index.html>

たが、一方で、特許庁の各部署の紹介ページ¹⁰⁾を設けるなど、コンテンツを充実させています。また、オンラインでの実施でも、オンライン独自のコンテンツがあったり、場所を選ばず参加できたりと、オンラインならではのメリットもあり、引き続き多くの方に参加いただいています。

庁内見学は、学生に産業財産権の重要性を知ってもらう、企業の方に特許庁のことを知ってもらうためのとても貴重な機会です。今後も、オンラインでもより充実した内容としていきます。

3. 海外ユーザーに向けた発信

ご存じのとおり、日本で権利を取得するのであれば日本に出願するしかなく、したがって海外にも日本の知財制度のユーザーは存在します。さらに、2010年以降、世界の特許出願件数は居住者、非居住者ともに増加傾向が続き、非居住者による特許出願件数については2019年には2010年の1.31倍となっています¹¹⁾。また、特に特許庁での審査の取組は近年大きく変わっており、そういった変化まで海外ユーザーに情報が届いていない可能性もあります。そもそも海外ユーザーが取得できる情報量には限りがあり、また海外ユーザーがどのような点に関心があるかも、国内のユーザーとは異なる可能性が

あります。例えば、特許庁や国内では当たり前と思っていることでも、海外他庁に比して先進的な取組であるという可能性もあり、海外他庁がどのような施策や発信を行っているかを知っておく必要もあります。

そこで、非居住者等の海外ユーザーへしっかりと情報を届け、さらに、どのような情報が海外ユーザーにとって有益かを検討する必要があります。これらを踏まえ、特許庁では海外ユーザー向けにいくつか取り組んでいます。

まず、海外ユーザーに有益な情報をまとめた、「The JPO Key Features¹²⁾」というホームページを用意しています。特許庁が世界最大のネットワークを持つPPHや、海外他庁にはあまり見られない事業戦略対応まとめ審査などは特許庁の大きな特徴です。さらに、2022年1月に大きく更新し、特許だけでなく意匠、商標、審判に関する取組も掲載しました。特に、特許庁の施策を認知してもらうため、視覚的に分かりやすいホームページとし、詳細はリンク先に掲載するようにしています。

また、経済産業省の広報誌METI Journalの英語版「METI Journal in the japan times」にも特許庁の取組を掲載¹³⁾し、発信しました。大臣官房広報室の協力のもと、海外ユーザーへの発信を念頭に置いた特許技監へのインタビューを実施し、記事にしま

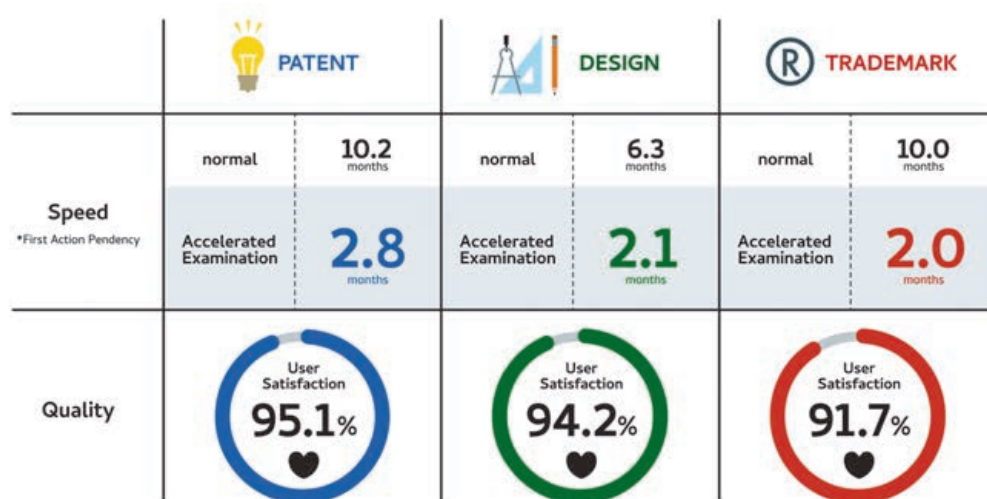


図4 The JPO Key Featuresに掲載した審査に関する指標

10) 徹底解剖！これが特許庁だ！、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/kengaku/online/virtual.html>

11) 特許行政年次報告書2021年版 本編P5、<https://www.jpo.go.jp/resources/report/nenji/2021/index.html>

12) The JPO Key Features、<https://www.jpo.go.jp/e/news/keyfeatures/index.html>

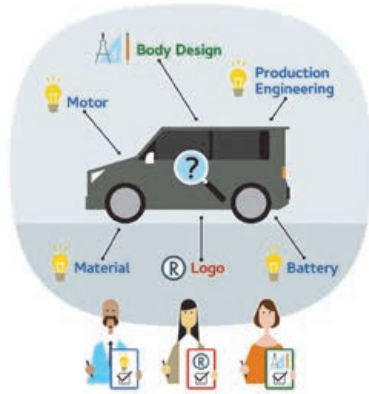
13) 「Stimulating global innovation through the Patent Prosecution Highway」、<https://meti-journal.japantimes.co.jp/2022-02-10/>

した。ここでも PPH に関する取組など、特許庁の施策のうち、特に海外ユーザーに向けて発信すべきものを掲載し、発信しています。

また、2020年9月から、祝日を除く毎週火曜日に The JPO Quick Reads として、ホームページ上で発信をしています。本文は短文で、詳細はリンク先

を参照してもらうようにしています。特許審査に関する取組が中心ですが、海外アタッシェの紹介、法改正、国際会合の報告や開催前の周知など、幅広いトピックを扱っています。最近の The JPO Quick Reads のトピックは表 1 のとおりです。

The JPO Quick Reads は英語で特許庁の施策を定



Collective Examinations for IP Portfolio Supporting Business Strategy

- The JPO assists you to smoothly expand your business through collective examinations.
- A team of JPO examiners simultaneously conducts examinations on a group of various applications of your inventions, designs and trademarks related to an entire project.
- Through close communication with examiners, examinations will be conducted based on an understanding of the outline of your business project and the positioning of inventions.

▶ [Collective Examinations for IP Portfolio Supporting Business Strategy](#)

図5 The JPO Key Features に掲載した事業戦略対応まとめ審査に関する説明



図6 METI Journal in the japan times での特許技監へのインタビュー記事

表1 The JPO Quick Reads の最近のトピック

掲載日	原題	掲載日	原題
2022年1月4日	JPO-EPO Joint Study on Computer-Implemented Inventions	2022年2月22日	Overseas Representatives in Seoul
2022年1月11日	Dialogue with business enterprises	2022年3月1日	Overseas Representatives in New Delhi
2022年1月18日	Departure from Conventional, Signature-Controlled Procedures for Overseas Users	2022年3月8日	Trilateral Symposium on IP & Environmental Issues
2022年1月25日	Case Examples of Collective Examinations	2022年3月15日	New Requirement on Claim Dependency
2022年2月1日	The New JPO Key Features	2022年3月22日	"Multi-Factor Reasoning"-the JPO's Approach in the Determination of Inventive Step-
2022年2月8日	HANTEI (ADVISORY OPINION)	2022年3月29日	Invitation for Users' Feedbacks on the Quality of Examination
2022年2月15日	"Hantei" (Advisory Opinion) for Essentiality Check		

期的に発信するチャンネルです。このような定期的な更新や、海外アタッシェの協力などにより、アクセス数も少しずつ伸びており、海外向けの発信チャンネルとして存在感を増しています。

そのほか、「The Step-by-step Guide¹⁴⁾」として、特許、実用新案、意匠、商標の各法域別に一覧性のあるナビゲーションのためのホームページも掲載しています。

4. 子どもへの発信

広報室ではこれからの時代を担う子ども達への知財の普及啓発にも力を入れています。

特許庁では、子ども達の「創造力・想像力」を高め、産業財産権の重要性を理解してもらうため、「こども霞が関見学デー」を行っています。単に産業財産権の制度を紹介するのではなく、創造性の本質を知ってもらうようにしています。それがまさに、産業財産権を生み出すための「創造力・想像力」を体験してもらうことであり、将来の産業競争力の源泉にもなると考えます。この「こども霞が関見学デー」を中心とした種々の取組をジュニアイノベーションフェスとして発信しています。これらの取組はコンテンツとともに、「とっきょちょうキッズページ」に掲載されています¹⁵⁾。

2021年度8月18日、19日の「こども霞が関見学デー」は、新型コロナウイルス感染症の影響により初めてオンラインで実施し、後述する「ジュニアイノベーションフェス-まわる展-」のコンテンツを用いて、「ジュニアイノベーションフェス ひらけ！ そうぞうの扉」と題して、3つのワークショップを実施しました¹⁶⁾。オンライン上でのワークショップであったにも関わらず、多くの方々に参加いただきました。これまで実地開催してきたイベントをオンラインで行うことには不安もありましたが、実施後

のアンケートでは地方からも参加することができたなどのご意見もいただきました。これまで東京でしか実施していませんでしたが、コロナ禍で思い切って実施してみるとオンラインでも実施でき、さらにはこれまで参加しづらいと感じていた方々からも参加してもらえたことで、大きな気付きとなりました。開催後にはワークショップで作った作品をホームページに掲載し、投票するなど、事後にも少しでも楽しめるように工夫をしています。

また、2021年度3月には、国立科学博物館にご協力いただき、動画コンテンツを作成し公開しました¹⁷⁾。「こども霞が関見学デー」に引き続き「まわる」をテーマとして、回転を利用した工夫がどのように産業の発展を支えてきたのかを知ってもらい、子ども達の創造性を育むことを目的としています。この動画コンテンツでは、「手回し計算機」と「蘇言機」を取り上げました。発明された当時どのような課題や工夫があったのか、それがその後どのように寄与したのかを分かりやすく伝えています。



図7 手回し計算機に関する動画コンテンツの一コマ

併せてこれまでの子どもへの取組も紹介します。

2020年度には、新型コロナウイルス感染症の影響により、残念ながら「こども霞が関見学デー」は実施できませんでした。それでも、特許庁ホームページにて先述の「ジュニアイノベーションフェス—まわる展—」を公開しました¹⁸⁾。コロナ禍でイベントなどができない状況でも少しでも創造性に触れ

14) IP Professionals、<https://www.jpo.go.jp/e/system/professionals/index.html>

15) とっきょちょうキッズページ、https://www.jpo.go.jp/news/kids_page/index.html

16) 特許庁主催 「ジュニアイノベーションフェス ひらけ！ そうぞうの扉」を開催しました、<https://www.jpo.go.jp/news/koho/kidsday/junior-innovation-fes2021-kekka.html>

17) ひらめく！ かいてん博物館、https://www.jpo.go.jp/news/kids_page/jif2022.html

18) ジュニアイノベーションフェス—まわる展—、https://www.jpo.go.jp/news/kids_page/jif2020.html

てもらえるよう、「まわる」をテーマにした展示やワークショップなど、子ども達が楽しみながら学び、様々な視点を心得て創造性を育むことができるコンテンツを多数提供しました。

2019年度には「ジュニアイノベーションフェス2019」として、特許庁本庁舎でのこども霞が関見学デーに加え、国立科学博物館でも同様の内容でイベントを行いました¹⁹⁾。そのコンテンツの一つとして、「クールイノベーション体験」があります。これは、暑い夏をどうやって快適に過ごすかをテーマにして、実製品などを参考にそれを解決するための発明品を自由に想像してもらうものです。まさに、楽しく発明の本質を学んでもらうものです。

これらの子ども達への発信は対象が特定されています。子ども向けの情報を知ってもらうためのアプローチとしては、対象となる年齢層によっては子ども達自身よりも保護者の方に情報を届けなくてはならない場合もあります。さらに、コンテンツの企画や発信はもちろん、こども霞が関見学デーなどのイベントで職員が参加してくれた子ども達の対応をしています。当然ですが、大人と話をするのは全く異なり、分かりやすく伝えるだけでなく、多くの工夫が必要です。2022年度もさらに工夫を重ね、発信を強化していきます。

5. 発明の日

4月18日は「発明の日」です²⁰⁾。明治18年(1885年)4月18日に現在の特許法の前身である「専売特許条例」を公布し、日本の特許制度が始まったことを記念し、4月18日を「発明の日」としました。特許制度をはじめとする産業財産権制度の普及・啓発を図ることを目的としています。

特許庁ではこの発明の日にポスターを作成しています。まさに特許制度、特に特許とはどのようなものを普及・啓発するため、おとぎ話を題材にしてポスターを作成しています。

特許制度が生まれ、それにより多くの発明家の創作意欲をかき立てました。その結果として、多くの発明によって我々の生活を便利にしてきました。まさに特許法第1条にあるとおり、「発明の保護及び利用を図ることにより、発明を奨励し、もつて産業の発達に寄与する」のです。そこで、昭和60年(1985年)4月18日に、専売特許条例の公布100周年を記念して、日本の歴史的な発明家10名を十大発明家として選定し、その功績を紹介しています²¹⁾。

それから35年以上が経ち、2022年度の「発明の日」では、改めてこの十大発明家を動画で発信しました。本動画の中では十大発明家を特許審査官自らが、マンガ「知財の歴史」²²⁾をもとに、発明が生ま



図8 発明の日ポスター

19) 「ジュニアイノベーションフェス2019」を開催しました、https://www.jpo.go.jp/news/koho/kidsday/2019kodomo_kengaku_kekka.html

20) 4月18日は「発明の日」です、<https://www.jpo.go.jp/introduction/rekishi/hatsume.html>

21) 十大発明家、<https://www.jpo.go.jp/introduction/rekishi/10hatsumeika.html>

22) マンガ「知財の歴史」(PDF: 11,804KB)、https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu/manga_chizai_201711.pdf

れる背景や当時の状況、発明家の試行錯誤など、紙芝居風に紹介しています。



図9 2022年度「発明の日」動画

6. さいごに

適切な発信をするには、結局のところ、そのサービスや施策が何なのか、従来や他のものとどう異なるのか、また、それを届けるべき相手はどのような者なのか、などを十分に明確にすることが最初のステップです。まずはここから始める必要があります。ニュースリリースや記事などを見ても、そこに現れる部分はそれまでの苦勞に比してごくわずかと感じる人が多いと思います。それでも、冒頭に述べたとおり第三者目線での記事などは信頼性が高く、それらを地道に積み上げることが信頼獲得の手法です。

さらに、外部に発信したり、メディアで取り上げられたりすることで、内部のモチベーション向上にもつながります。それにより、より良い施策やサービスを提供するためのモチベーションが生まれ、さらに社会からの信頼を獲得していくという好循環が生まれます。

また、新聞、雑誌、イベント、テレビなどでの発信だけでなく、SNSやウェブを利用した発信など、

広報戦略も立体的に検討する必要があります。場合によっては同じコンテンツを何度も利用することもあり、メディアに応じてどのように見せていくか、いくつかの切り口を考えることもあります。

そのためには、広報室でも、可能な限り庁内全体のスケジュールなどを把握し、アンテナを高くしておかないといけません。引き続き常に効果的な発信を模索しつつ、各課室をサポートするとともに、自らも発信していきます。

本稿を執筆するにあたり、多くの方々に多大なるご理解とご協力をいただきました。ありがとうございます。本稿における見解は、筆者個人のものであり、筆者が属する組織のものではありません。

参考文献

ブランドは広告ではつくれない、2003年、アル・ライズ、ローラ・ライズ
アイデアのつくり方、1988年、ジェームス・W・ヤング
広報・PRの基本、2020年、山見博康

profile

中野 裕之 (なかの ひろゆき)

平成20年4月	特許庁入庁 (審査第二部生産機械)
平成23年4月	審査官昇任
平成26年7月	審査第二部審査調査室
平成27年7月	審査第二部繊維包装機械 (包装容器)
平成27年12月	内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局
平成29年7月	英国インペリアル・カレッジ・ロンドン客員 研究員
平成30年7月	審査第二部運輸
令和元年5月	審査第一部調整課審査企画室
令和2年10月	審査第二部生活機器 (サービス機器)
令和3年4月	総務部総務課広報室