

特許庁の広報活動について

JPO's Public Relations activities

特許庁 総務部総務課広報室長 **草野 顕子**

平成7年特許庁入庁。土木、農業分野の審査、審判に従事。調整課、独立行政法人工業所有権情報・研修館等を経て、平成27年より現職。

1 広報＝PR(Public Relations)とは¹

PRとは20世紀初頭からアメリカで発展した考え方及び行動のあり方であり、教科書的には、「組織体とその存続を左右するパブリックとの間に、相互に利益をもたらす関係性を構築し、維持するマネジメント機能」²と定義されている。すなわち、広報とは一方的に情報を発信して宣伝することではなく、組織と社会あるいは公衆とが、相互にコミュニケーションをとり、双方の信頼関係を構築していく思考・行動なのである。

これを特許庁に置き換えると、特許庁の施策等について情報発信をすることのみならず、特許庁を取り巻く人々の特許庁に対する要望、あるいは評価を把握し、さらに施策等に反映する循環構造こそが、特許庁のPRの全体像であると考えられる。

特許庁が行う情報発信手段、及びユーザーニーズ等の収集・把握手段には様々なものがある。例えば、企業と特許庁の意見交換や、巡回特許庁等の各種イベントなどの機会に、ユーザーの皆さまと直接お会いして特許庁の施策を説明したり、施策に対する様々な要望をお伺いすることも特許庁が行うPRの一環であると考えられる。

本稿では特許庁が行うPR活動の一部を紹介させていただきたい。

- 1 本稿で述べた意見は、著者の見解に基づくものであり、所属する組織としての見解ではない。
- 2 『Effective Public Relations』(邦訳名『体系パブリック・リレーションズ』カトリップ、センター、ブルーム著

2 情報発信ツール

2.1 ホームページ

特許庁ではホームページ(図1)を開設しており、特許庁の施策や出願手続き等の様々な情報を発信する手段として最も活用されているものと言える。トップページには毎月400万件強ほどのアクセスがある。

トップページには大きなバナーで遷移する画像が用意されており、特許庁の最近の動きが端的に分かるようになっている。また、ページの右側には特許等の検索のページや出願料金についてのご案内など、比較的多くの方にご利用いただく項目のバナーが列挙されている。

さらに、ホームページには数多くの情報が掲載されて



図1

いるので、知りたい情報がどこにあるのか分からない方のために「対象者別メニュー」を用意し、ホームページをご覧ください。様々な対象者が知りたい（と思われる）情報を対象者毎にまとめ、知りたい情報を一括でご覧いただけるようになっていたので、知りたい情報をどこから探したらよいのか分からないときなど、こちらのメニューからご覧ください。こともおすすめである。

2.2 Twitter・メールマガジン

特許庁公式 Twitter のフォロワーは 2016 年 8 月末現在で約 2 万 7 千人を数え、短いメッセージながら速報性のある情報を発信している。特にイベントなどの情報がいち早くツイートされるので是非チェックしていただきたい。

なお、公式 Twitter の他にも、特許庁が管理している Twitter として、専門人材、知財教材、イベント情報、調査研究レポートなど、知的財産を活用する上で役に立つ情報を発信している「知財活用のヒント Twitter」、採用情報を発信している「採用 Twitter」があるので、興味のある方はフォローしていただくと幸いである。

さらに、知的財産に関する各種イベント情報を中心に有用な情報をお届けする「特許庁メールマガジン」を配信している。発行は月 2 回、登録は随時受け付けているので、こちらも是非ご利用いただきたい。

2.3 広報誌

特許庁では広報誌「とっきよ」（図 2-1）を年 6 回発行しており、特許庁の施策等、知的財産にまつわる様々な情報を掲載している。また今年度は、知的財産にあまりなじみのない方に興味を持っていただけるよう、年 6 回の発行分のうちの 2 回を「Tokkyo Walker」（図 2-2）と題する特別版として発行を予定しており、知的財産にまつわるより身近な話題を提供している。これらは特許庁 HP から閲覧できる他、一部紙面でも配布しているので、是非入手していただき、ご覧いただきたい。

2.4 パンフレット

特許庁では様々なユーザーに向けて多くのサービスをご用意しているが、これらを視覚的にわかりやすくご理解いただくため、数多くのパンフレット（図 3-1、3-2）を提供している。これらのパンフレットは、特許庁 1F ロビー等でも配布しているが、特許庁ホームページから見ることもでき、また、ダウンロードしてご自分で印刷することも可能であるので、是非チェックしていただきたい。



図 2-1



図 2-2

<http://www.jpo.go.jp/oshirase/kouhou/kouhoushi/index.html>



図3-1



図3-2

2.5 企業と特許庁の意見交換や各種イベント

特許庁では、今後の知的財産権制度や審査施策等に対するユーザーニーズを具体的に把握するとともに、ユーザーにとって戦略的な知的財産活動に資する各種情報を提供するため、個別企業や業界団体との意見交換会を毎年実施している。意見交換会は1976年から約40年近く続いており、企業の経営者層や知的財産担当者と特許庁長官や特許技監、審査・審判・審査業務部による意見交換会は2015年度で延べ430回程度行っている。これは、本来の意味でのPR、すなわち情報の収集と発信を同時に行える貴重な機会である。

この他、普段あまり知的財産を活用していない企業等に特許庁のサービスをご紹介したり、審査官が各地域にお邪魔して面接を行ったりする「巡回特許庁」などのイベントも数多く開催しており、こちらもPRの重要な手段となっている。本年度の巡回特許庁は、4回予定されているので、お近くの際には是非足を運ばれたい。

3 その他

「画期的な発明をした。知的財産権で保護したいがどうしたらいいの?」、「営業秘密を適切に管理したい。どうすればいい?」など、知的財産に関する悩みや課題に関する相談を受け付けるため、特許庁及び独立行政法人工業所有権・情報研修館 (INPIT) は「知財総合支援窓口」を都道府県毎に設置している。知財総合支援窓口では、

無料・秘密厳守で知的財産に関して、アイデアの段階から、事業展開・海外展開を行う段階までの様々な疑問や課題に対し、弁理士などの知的財産の専門家や支援機関と協働・連携して効率的な解決を図るべく相談を受け付けている。このように、窓口で直接ユーザーの皆さまとお会いしてお話することも、特許庁の施策等を知っていただき、またユーザーニーズを把握する非常によい機会であり、PRの重要な手段であると言える。

4 おわりに

以上でご紹介したのは一例であるが、知的財産に携わる方々のために、特許庁ではさまざまな情報発信ツールを用い、施策やサービスについて情報発信を行っている。また、相談窓口にいच्छるユーザーの方々や意見交換の場などを通じて特許庁へのご意見・ご要望も賜っているところである。

一方で、学生の方々のように、知的財産に普段から携わっていない方に知的財産の重要性などの情報を特許庁からお伝えする機会はまだまだ少ないと感じている。今後はこのような方々にも、知的財産を身近に感じていただけるようなコンテンツやツールの開発が重要であり、引き続き検討していきたいと考えている。

1 特許情報施策および事業