

THE POSSIBILITIES ARE INFINITE

FUJITSU

2006

知的財産報告書

富士通株式会社

1. 知的財産に関する考え方

■ The FUJITSU Way に基づく行動

富士通は、企業として、従業員として、いかに行動すべきかという原理・原則を示すものとして、また、従業員一人ひとりの業務遂行に際して基準となる共通の価値観を示す、The FUJITSU Way を2002年に制定し、この中で「知的財産を保護します」と明記しています。従業員は、知的財産が企業を支える重要な経営資源であることを理解し、その権利の法的意味をよく理解したうえで、権利の取得・維持と活用に努めています。

The FUJITSU Way FUJITSU



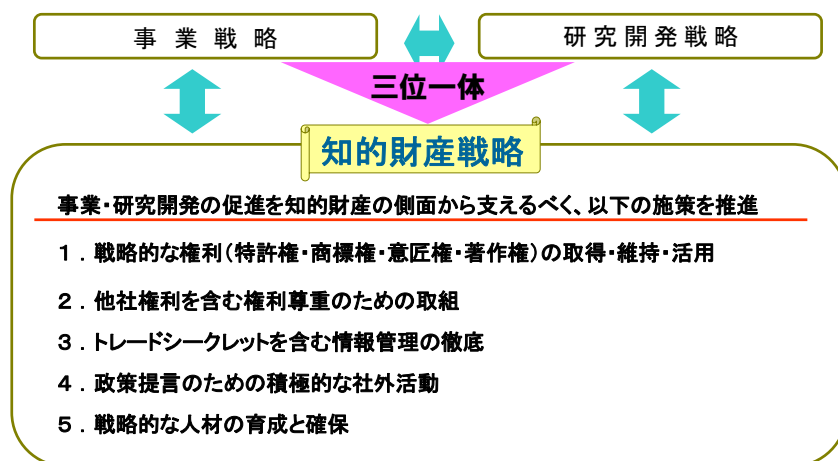
■ 経営戦略での活用

事業経営を行う際には知的財産を常に意識し、積極的に利用することが重要となります。富士通では、事業活動の早い段階から、法的な面や知的財産の面等から多面的な分析を行い、経営判断や戦略立案を行うことを心がけています。

■ 知的財産戦略の目的と位置づけ

富士通の知的財産戦略は、事業の競争優位性の確保、事業の自由度の確保、事業収益の確保の3つを目的としています。自社の保有する技術を知的財産で支えることによって、より効果的に商品やサービスを差異化して「事業の競争優位性の確保」を、またより良い条件での他社との連携を実現して「事業の自由度の確保」を実現し、さらにライセンス等の活動を通じて「事業収益の確保」をするために、知的財産戦略を立案し、実施しています。保有技術を知的財産でバックアップすることによって事業を支えることが、知的財産戦略のより重要な役割であり、それを実現するために、知的財産戦略は、事業戦略、研究開発戦略と三位一体に存在するものであるべきと考えています。

事業戦略・研究開発戦略・知的財産戦略の連携



■ 従業員の教育、補償・表彰

知的財産部門の従業員に対して知的財産のプロとしての教育を行うことは当然として、それ以外の従業員に対しても、入社以降様々な機会を設け知的財産に関する教育を行っています。これらの教育により、従業員が何らかの活動を行う際に常に知的財産に配慮するよう、意識付けを行っています。また、社内で扱われる全ての情報は、富士通の活動の源泉となる知的財産であると捉えることができます。情報という財産を漏洩することがないように、情報管理について全従業員の必須教育プログラムとして徹底した教育を行っています。

従業員が職務に関連して行った発明は、富士通に譲渡され特許出願されますが、その出願時点での評価に応じて従業員に対して補償金を支払います。さらに出願したものが特許になった場合には、富士通社内での実施状況や、他社へのライセンスによる収入などを加味した形で補償金を支払います。また、職務発明に対する補償とは別に、社内の評価で優秀な発明と認められた場合には社内表彰の対象とし、従業員の貢献に報いています。

■ 知的財産戦略実践のための組織

富士通では、知的財産戦略を推進するために、コーポレート部門に法務・知的財産権本部を設置しています。法務・知的財産権本部は、特許や商標等の権利の取得・維持・活用のみならず、社内のゼネラルカウンセルオフィスとして、契約締結や社内の各種ルール作りとその運用までを含めた業務を行っています。また、特許調査を専門で行う関係会社として富士通テクノリサーチを有しています。

知的財産戦略の実践にあたっては、法務・知的財産権本部、富士通テクノリサーチのみならず、各ビジネスグループの中に知的財産活動を支える部隊を置き、各々の事業環境に即した、具体的な取組を行っています。

2. 特許

■ 特許に関する3つの基本方針

知的財産戦略の根幹を担う特許に関して、富士通では、3つの基本方針を掲げて取り組んでいます。第一は、質の高い特許を取得することです。他社に対して、我々の技術力を発揮できるような特許の取得を目指しています。また、外国特許出願にも更に力を入れて、国際化している事業環境を支えています。第二は、特許を有効活用することです。取得した特許を、経営の様々な局面で有効に活用してこそ、経営資産としての特許が生きてきます。具体的には、「4. 知的財産の活用」にて幾つか事例を通じて説明します。第三は、他社特許の侵害を徹底的に回避することです。他社の特許を把握しそれを回避することで、独自の技術を生むことが可能となります。どうしても他社の技術を使用せざるを得ないという場合には、交渉してライセンスを受けます。

■ 特許ポートフォリオのグローバル構築

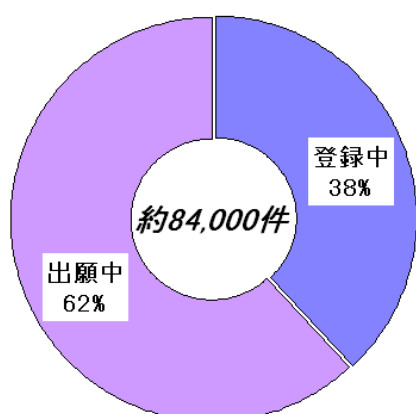
富士通は、図1左のグラフが示すとおり、現在全世界で約84,000件の特許を保有しています（登録中または出願中）。

図1右のグラフは、その地理的な分布です。日本を中心としたグローバルな推進体制のもと、欧米のみならず、アジアにおいても有力特許の取得に取り組んでいます。

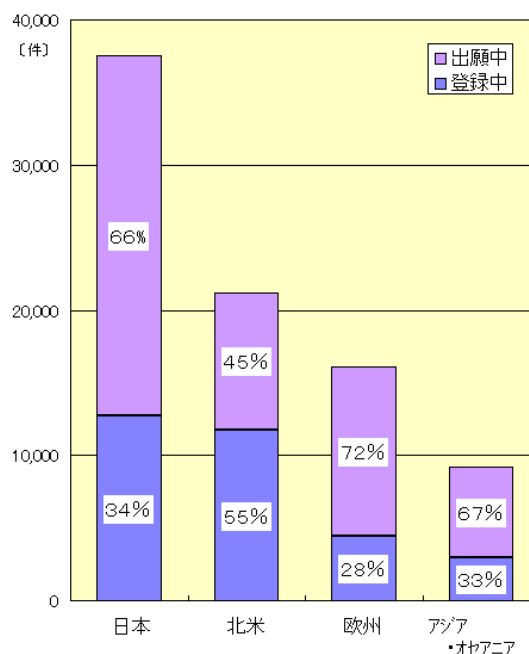
北米・欧州・中国等の海外の開発拠点における発明の抽出にも積極的に取り組み、ポートフォリオの強化を図っています。

【図1】

世界における富士通の出願・登録特許



各地域の出願・登録特許比率



2006年3月31日現在
社内統計資料より

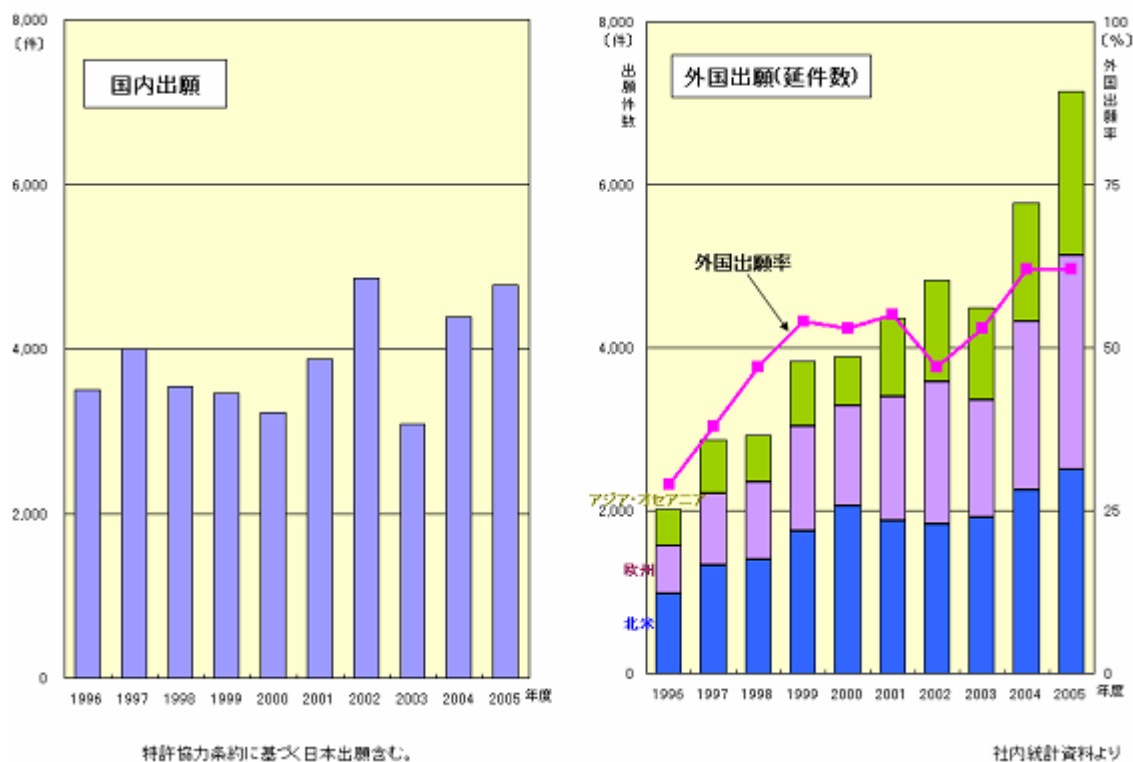
■ 海外事業展開に伴う継続的な外国出願の強化

図2左のグラフは、過去10年間の国内での特許の出願件数です。4,000件前後で推移しており、この1～2年若干増加傾向にあります。2005年度は4,700件を超えています。

一方、右のグラフは、この10年間の外国への出願延べ件数です。外国出願件数は年々着実に増加しています。北米、欧州、アジア・オセアニアの3つの地域の中では特にアジアの出願を著しく増やしています。

また、現在、外国出願率*は60%を超えており、情報通信産業界の中では、非常に高い数値となっています。

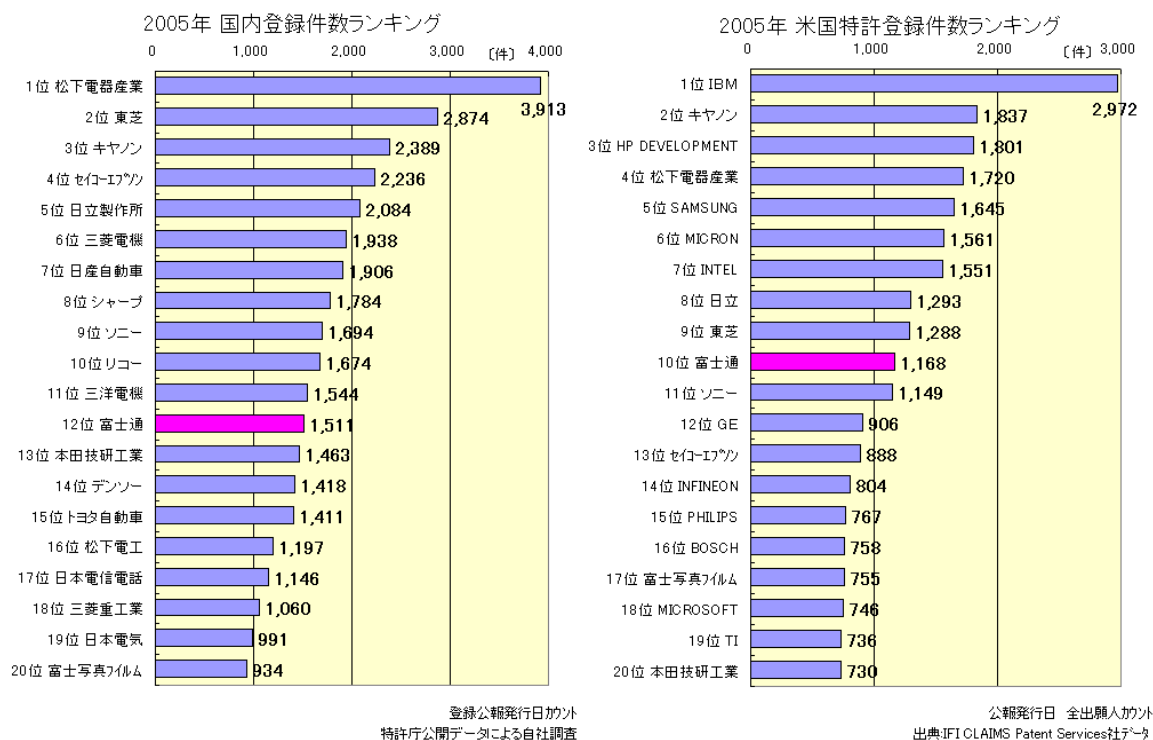
【図2】



*外国出願率とは、国内出願した全件数に対して、国内出願を基礎として外国に出願した件数の割合を表しています。いずれかの外国1カ国にでも出願すれば、外国に出願した件数を1件として数えています。

図3は、日本と米国における特許ポジションを表したグラフです。富士通は、2005年国内の登録件数ランキングでは12位、同年の米国特許登録件数ランキングでは10位となっています。

【図3】



■ 特許ポートフォリオの構築策

特許のポートフォリオを構築する上で、富士通が実行していることは3つあります。

第一は、研究開発・技術開発の中で重点テーマ、戦略テーマを設定して、積極的に特許取得に取り組むことです。

第二は、事業安定化を考慮した幅広い権利を取得することです。特許を取得するにあたっては、その権利範囲ができるだけ広い分野に関係するようにします。特定の市場だけではなく、さらに様々な応用があり得るということを見据えて、出願内容を工夫しています。

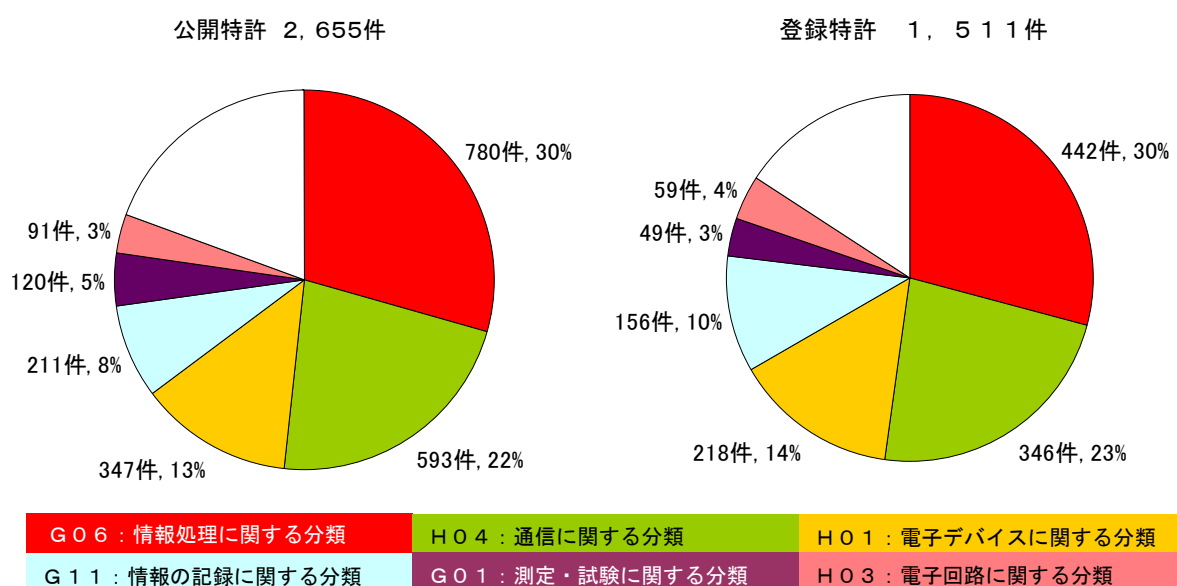
第三は、事業展開に応じて、出願後の再評価とブラッシュアップを行うことです。世の中の変化につれて非常に重要になってきた技術分野に関連した特許については、様々な観点でブラッシュアップして有力な特許に上げることができます。

■ 事業と一体化した特許出願

図4左のグラフは、2005年に日本で公開された富士通の特許出願件数、右のグラフは、同じ期間に日本で登録（権利化）された富士通の特許件数を、それぞれ国際特許分類（IPC）別に内訳を表したものです。

富士通が出願・登録する特許の分類は、情報処理に関する分類(G06)、通信に関する分類(H04)、電子デバイスに関する分類(H01)等、富士通のビジネスに密接に関連する分類となっています。

【図4】



(特許協力条約に基づく日本出願を含まず。特許庁公開データによる自社調査)

富士通では、研究開発投資を重点的に行う技術分野を設定し、その分野で基本技術のみならず周辺技術をも含めて特許を取得するという活動を行っています。富士通の主力事業であるコンピュータ、通信、半導体事業について、この活動の一例を示すと、サーバの分野では様々な技術を合わせ年間600件以上の特許を出願しています。また、光伝送の技術分野では年間250件以上の特許出願を、ネットワークの関係ではWiMAX、3.5世代携帯電話システムなどの分野での特許も年間100件以上出願しています。半導体の先端技術では、45nm以降の微細加工技術に関連して2005年度で60件以上の特許を出願し、2006年度はさらにこの数を上回る件数を計画しています。また、他社にない特徴的な技術についても、例えば、銀行のATM等で使用されている手のひら静脈認証の技術では国内外合わせて120件以上の特許を出願しており、さらに、ATM以外の応用分野についての技術開発を進めるとともに特許の出願を進めています。

3. ブランド・デザイン・ソフトウェア

■ 富士通シンボルマークの保護とブランド推進体制

富士通は、全ての活動において富士通シンボルマークを使用し、富士通の企業イメージを集約・維持するため、社内で富士通シンボルマークを使用する際のガイドライン「FUJITSU BRAND PRINCIPLES」を定めています。また、関係会社、パートナー様との間で、富士通シンボルマークの使用に関する契約を締結し、グループ全体で使用方法を統一しています。全世界で、富士通グループ各社が富士通シンボルマークを使用できるようにするため、150以上の国・地域において富士通シンボルマークの商標権を取得し、その維持・管理を行っています。また、各ビジネスユニット・関係会社ごとにブランドマネージャを配しています。ブランドマネージャは、富士通シンボルマーク及びそれぞれのビジネスユニット・関係会社の商品・サービスブランドを構築・維持・管理する役割を担っています。



■ ウェブサイトの統一

富士通は、インターネットのウェブサイトをお客様と富士通とを繋ぐ、重要なコミュニケーションツールの一つと捉え、www.fujitsu.com にウェブサイトを集約しています。また、グループ全体のウェブデザインの統一など、ユーザビリティ、アクセシビリティの向上に努めています。その結果、日経パソコン「企業サイト ユーザビリティランキング 2006」において、2004年度・2005年度に引き続き3年連続で首位を獲得いたしました。

■ デザイン

富士通は、総合デザインセンターを設置しており、パソコンや携帯電話などの製品デザイン、ウェブサイトや業務用システムのグラフィカルユーザインタフェース(GUI)デザイン、情報システムを利用されるオフィスや店舗の空間デザイン、ブランディングに関するビジュアルデザインなど、幅広いデザイン領域を手がけています。富士通は「人」を中心に据えた「ヒューマン・センタード・デザイン」をポリシーとし、ユニバーサルデザイン、エコデザイン、アドバンスデザインなど、様々はデザイン活動を展開しています。その過程で、デザインを保護するために積極的に意匠権を取得しています。

■ 模倣品対応

中国・香港をはじめ、世界各国において、富士通シンボルマークをはじめとした富士通の商標や製品デザインを模した模倣品が多数見つかっています。富士通は、模倣品がそれぞれの国・地域のお客さまに及ぼす影響や富士通の企業イメージの毀損を憂慮し、こうした模倣品を製造・販売する業者に対し、商標権や意匠権等に基づき、厳正に法的対応をしています。また、並行して現地従業員への教育、現地の法律事務所との連携等必要な措置を講じています。

■ ソフトウェア著作権の保護と活用

ソフトウェア事業においては、著作権による保護の重要性はますます高まっています。富士通が開発するソフトウェアの著作権を保持することは、他社との競争優位を支えるばかりでなく、再利用による品質の向上と納期の短縮にもつながり、より良い商品・サービスをお客様に提供することを可能にしています。他方、他社のソフトウェアを使用する際には、著作権の侵害が発生しないように徹底しています。

4. 知的財産の活用

■ 戦略的アライアンス

数多くの優れた独自技術を保有していても、市場でのポジションをより強固にするために、他社とのアライアンスを行うことがあります。ここではそのような一例として、HDD（ハードディスクドライブ）事業を紹介します。

富士通は HDD 事業を全世界で展開しています。その基礎となっているのは、富士通が独自に開発した多くの先端技術であり、国内外で 1,500 件以上の特許を保有しています。それらの多くが様々な企業とクロスライセンスを結ぶという形で活用され、紛争を未然に防ぎ、事業の自由度を確保することによって、今日の富士通の HDD 事業の競争力が生まれています。それに加え、国内企業との間での磁気ヘッドに関連するクロスライセンス及び共同開発契約の締結、また米国企業との間でのコンシューマ向けの 1.8 インチ HDD に関連する共同開発契約の締結などの、戦略的なアライアンスを進めています。

■ 技術標準への取り組み

情報通信の分野では、今日では、自社の技術だけで 1 つの市場を作るということは非常に困難であり、各社が標準化された技術を利用し、相互接続性・互換性を保ちながら様々な製品を提供することによって、市場が形成されていきます。このような状況においては、自社技術が標準に採用され、また関連する特許を保有していることにより、事業遂行を有利にすることが可能となります。

したがって、技術標準化への参画は、会社の事業戦略の中でも重要なものであると言えます。富士通では、それぞれの研究開発部門が、自分の専門分野に関して標準化のための会議に参加するということに加え、富士通グループ全体を俯瞰して情報交換を行いながら標準化活動を推進しており、併せて知的財産の強化と活用を図っています。

富士通が関与している標準化活動の例を表 1 に示します。

【表 1】 標準化活動の例

関連する団体名	内容	富士通の活動
ISO *1 ITU *2	マルチメディア符号化規格の標準化団体	H. 264 のベースとなる MPEG-2 (DVD, デジタル TV 放送)、MPEG-4 Video、MPEG-4 Audio の規格に関し、必須特許を取得
RSi (ロボットサービス イニシアチブ)	サービスロボットのインタフェイス規格の標準化団体	本団体の立ち上げメンバとして参画し、ロボット間の通信や制御に関する仕様策定に積極的にコミット
3GPP (2) *3	移動体通信規格の標準化団体への働きかけを行う団体	標準仕様の策定に向けた提案活動の実施と必須特許の取得を重視

*1 国際標準化機構、*2 国際通信連合、*3 3rd Generation Partnership Project 2

■ 技術営業

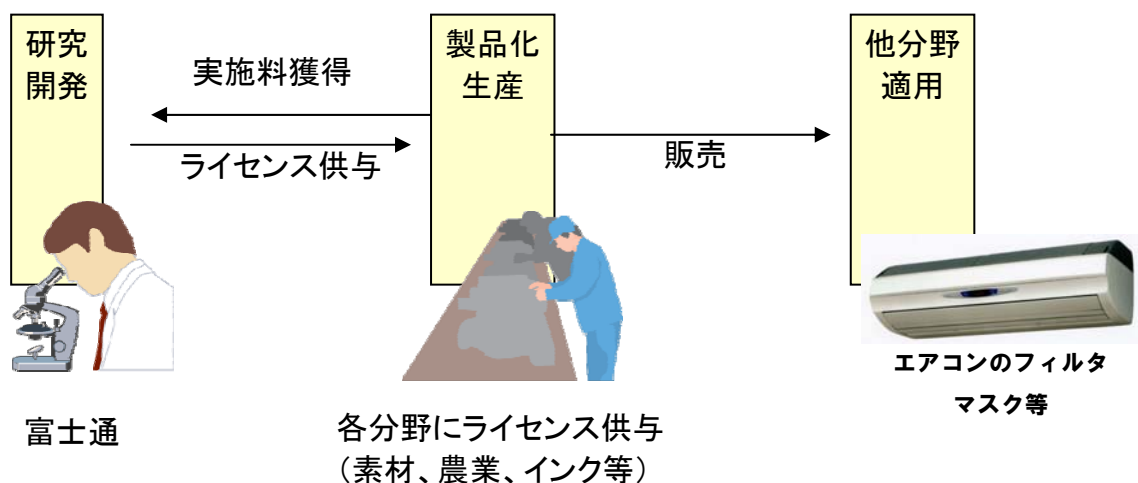
富士通が保有している特許の中には、かつて事業の一翼を担っていたものの事業戦略の変化に伴い富士通自身では使わなくなったものや、幅広い基礎研究の成果として富士通以外でも広く使われるべきものがあります。

このような特許に関しては、権利を他社に譲渡したり、技術を広くライセンス供与したりすることによって、技術者の成果を無駄なく活用し、収入にも結びつけています。このような活動を技術営業と呼んでいます。一例としてチタンアパタイトに関する技術営業を紹介します。

チタンアパタイトは、富士通の研究成果として得られたチタニウムの化合物で、光に反応して臭い、汚れ、細菌・ウイルスなどの分解を促進する作用があります。みかけは白い粉ですが、それを例えばインクの中に入れておけば、そのインクの塗布面に作用が生じ、またプラスチックの中に埋め込んでしまえば、そのプラスチック自身が作用を持つこととなります。チタンアパタイトの応用分野はまだ無限にあると期待されており、様々な形で活用して頂けるよう働きかけを行っています。

また、チタンアパタイトの他にも鉛フリーはんだ、マグネシウムリサイクル、ガス浄化、カーボンナノチューブ、ステガノグラフィなどについても同様の活動を行っております。

チタンアパタイトの技術営業



■ ライセンスの状況

知的財産のライセンスの状況は、知的財産をどのように活用しているかの1つの目安となります。現在までに500件以上のライセンス契約を締結しています。ライセンス契約の中には、一方的なライセンス契約、及び、相互にライセンスを行うクロスライセンス契約があります。主要なクロスライセンス契約の締結先としては、Infineon Technologies 社、Intel 社、International Business Machines 社、Lucent Technologies 社、Microsoft 社、Motorola 社、National Semiconductor 社、Samsung Electronics 社等があります。

■ 紛争

富士通は、知的財産権に関する紛争が生じた場合、当事者間の話し合いによる解決を最優先としています。しかし、どうしても意見の対立が当事者間では解消しない場合は、裁判等により第三者の判断を仰ぎます。

訴訟には、費用や時間がかかり、リスクを負うことにもなります。しかしながら、会社の重要な経営資産である知的財産権を守り、技術者がプライドや自信を持って研究開発を継続できるようにするために、必要なら訴訟の道を選ぶこともあります。

「主張すべきことは主張する」、「必要なら、訴訟も辞さない」、これが富士通の知的財産権保護に対する姿勢です。

～過去に富士通が経験した主な知的財産権に関する紛争～

1980年代 ソフトウェアの著作権についての紛争

広範囲にわたるコンピュータ・ソフトウェアに関する著作権についての紛争です。

富士通、そして日本企業にとって、初めて経験する本格的な知的財産権に関する紛争でした。このときは裁判ではなく仲裁を利用しました。

1990年代 ICの基本特許についての訴訟

ICの基本特許に関して、米国企業の見解と富士通の見解に相違がありました。

本件では最高裁で「裁判所で特許無効判断ができる」ことが判示されました。その後本判決を元に特許法が改正され、2005年4月に施行されています。

2000年代 PDP特許についての訴訟

PDPの基本特許の価値めぐり、2年間交渉した韓国企業と決裂し、やむなく提訴しました。税関が特許侵害品の輸入差止申立を受理した案件のうち、初の大型案件となりました。

この資料に記載した内容には、現時点の経営予測や仮説に基づく、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述において明示または黙示されていることは、既知または未知のリスクや不確実な要因により、実際の結果・業績または事象と異なることがあります。実際の結果・業績または事象に影響を与えうるリスクや不確実な要素には、以下のようなものが含まれます（但しここに記載したものはあくまで例であり、これらに限られるものではありません）。

- ・ 主要市場における景気動向（特に日本、北米、欧州）
- ・ ハイテク市場における変動性（特に半導体、パソコン、携帯電話など）
- ・ 為替動向、金利変動
- ・ 資本市場の動向
- ・ 価格競争の激化
- ・ 技術開発競争による市場ポジションの変化
- ・ 部品調達環境の変化
- ・ 提携、アライアンス、技術供与による競争関係の変化
- ・ 不採算プロジェクト発生の可能性
- ・ 会計方針の変更