ASIAWISE

AW Letter

Vol.7

2018年10月

目次

1	はじめに	2
2	アジア新興国でオープン・イノベーションを実現するための知財戦略	3
3	Cross-Border Supply Chain Legal Issues Study 「原産国」の認定基準について	7

© AsiaWise Group

はじめに

AsiaWise Groupでは、この度、AW Letter第7号を発刊致しました。第7号のラインナップは以下の通りです。

1. アジア新興国でオープン・イノベーションを実現するための知財戦略

本稿では、AsiaWise GroupのIPプラクティスチームのチェアである奥啓徳が、最近注目を集めている「オープン・イノベーション」というアプローチについて解説するとともに、知財戦略という観点から、日本企業の強みである技術・知財権を利用したアジア新興国のスタートアップ企業との提携、というモデルを提案しています。

2. Cross-Border Supply Chain Legal Issues Study　「原産国」の認定基準について

日本企業のサプライチェーンが拡大していくなか、製造工程が複数の国にまたがる状況においては、いずれの国が「原産国」かという点が、規制上しばしば問題となります。本稿では、「原産国」の特定が必要となる場面を分析し、特定のために注意すべき点にも踏み込んで、規制について考察を行っています。

AsiaWise Groupでは、クライアントの課題解決のため、今後「際」を超えたコラボレーションを加速して参ります。AW Letterもその実験場のひとつとして、複数の分野・国の専門家が執筆者となってコラボ編集することにより、これまでにない新しい価値の提供に務めたいと考えております。

AW Letterの配信登録は以下のURLからお願い致します。

https://www.asiawise.legal/proposal

AsiaWise法律事務所

代表 久保 光太郎

© AsiaWise Group

アジア新興国でオープン・イノベーションを実現するための知財戦略

＜サマリー＞

- 日本企業のイノベーション実現にあたって、最近、外部機関やプレイヤーと連携してエコシステムを構築することによって達成を目指す、オープン・イノベーションというアプローチが注目されています
- 本稿では、そうしたエコシステムを構築する手法として、日本企業の強みである技術、知財権を利用することでアジア新興国のスタートアップ企業と提携するというモデルを提案しています
- このようなアジア新興国におけるオープン・イノベーションの実現モデルにおいては、知財部員の積極的寄与が不可欠となるため、どういった姿勢・役割が必要とされるのか、検討します

1. イノベーションと知財権

現在、多くの日本企業が、生き残りをかけたイノベーションの実現に取り組んでいます。日本を代表する大企業であっても、１社単独でのイノベーションの実現は、たやすいことではありません。

そうした状況のなか、最近、ひとつのアプローチとして、いわゆるオープン・イノベーションが注目され、期待がかかっております。オープン・イノベーションとは、企業の外にいるプレイヤー、例えば、スタートアップ企業、研究機関、大学などと連携し、エコシステムを構築することにより、イノベーションを実現するアプローチをいいます。

では、このような外部機関とのエコシステムを構築するためには、どのような方法があるでしょうか。これまでR&D、製造等において「自前主義」をとってきた日本企業が、外部機関とエコシステムを構築することは容易ではありません。特にシリコンバレー、中国深セン、インド・バンガロールといったイノベーションハブとなりつつある外国のスタートアップ企業との間でエコシステムを構築する場合、発想の転換が必要となります。こうしたケースでは、ベンチャーキャピタル（VC）によるエコシステム構築がひとつのモデルケースと考えられていますが、必ずしも日本企業が得意とする手法ではないように思われます。むしろ、日本企業の強みである技術、知財権を利用して、それらをツールとしたエコシステムの構築を考えてもよいのではないでしょうか。

日本企業は多くの知財権を保有しておりますが、必ずしもそのすべてを活用しきれているとは限りません。技術、知財権としては有効であっても、社内的な事情によってうまく活用できていないこともあるでしょう。そこで、これらの活用されていない特許（休眠特許。図表1）等をうまく活用し、スタートアップ企業と連携するという発想が有効です（いわゆるInside Out戦略）。スタートアップ企業との連携はスピード感をもった事業展開につながるのみならず、休眠特許のマネタイズも実現されます。

また、知財権には「権利」という側面のみならず、無体財産としての「情報」という側面があります。例えば、Amazon、Google、Facebook等のIT企業は、技術と一体となった「情報」を内部に取り込むことで、世界を席巻しています。日本企業としても、スタートアップ企業が有するアイディア、情報やデータといった無体財産を積極的に企業の中に取り込み、共にイノベーションを実現するという発想をとることが考えられます（いわゆるOutside In戦略）。

アジア新興国でオープン・イノベーションを実現するための知財戦略

業種	特許活用率(%)
全体	54.2
建設業	63.9
食品製造業	52.2
繊維、パルプ、製紙造業	49.7
医薬品製造業	40.5
化学工業	48.9
石油石炭、プラスチック ゴム	48.6
鉄鋼、非鉄金属製造業	48.5
金属製品製造業	55.5
機械製造業	62.7
電気機械製造業	57.5
輸送用機械製造業	42.9
業務用機械器具製造業	68.3
その他の製造業	48.2
情報通信業	54.3
卸売、小売など	56.9
その他の製造業	52.0
教育、TLO、公的研究機関、公務	30.3

図表1　出典：特許行政年次報告書2012版

2. 知財部をコストセンターからイノベーションセンターへ

企業の中で知財権を管理する部署は、知財部です。知財部は、これまで、特許権、意匠権、商標権といった知財権を取得するとともに、ライセンス行使することを主な業務としてきました。知財部員は、技術がわかるプロフェッショナルとして、その「権利」の側面に比重をおいた仕事をしてきたといえます。その場合のカウンターパートは、社内のエンジニアであるといえます。加えて、知財部は、権利取得されていないノウハウ、技術情報等の営業秘密の管理までをも担当することがあります。その場合には、知財部員は、社内のエンジニアだけではなく、社内の営業部署とも連携することが必要になります。

しかし、外部機関とのエコシステムの構築のために知財権を活用するという新たな発想でイノベーションの実現を目指すにあたっては、知財部員は、これまでの常識、自社の枠を超え、外部のスタートアップ企業、研究機関、大学と連携するキーパーソンになることが期待されます。そこでは、いまだ「権利」化されていないアイディア、情報といった無体財産の価値を見抜き、能動的にエコシステムを作るという姿勢が求められます。こうした新たな挑戦は困難なものとなることが予想されますが、同時に、これまでコストセンターと呼ばれることもあった知財部が、企業のイノベーションの中心になるチャンスでもあります。これからの時代の知財部員には、「技術がわかるプロフェッショナル」として、積極的に自社の「強み」（例えば、技術力、知財権）を外部機関に提供しつつ、自社の「弱み」（例えば、ビッグ・データ、新たな発想）を外部機関から調達する姿勢が求められます。

3. アジア新興国においてスタートアップと提携することの意義

特に今後、イノベーションの創出が期待されるのが中国深セン・中関村、インド・バンガロールといったアジア新興国のイノベーションハブと言われる地域です。

アジア新興国でオープン・イノベーションを実現するための知財戦略

これらの地域では、現在、欧米のVCやIT企業がすでにエコシステムを構築し、自社への取り込みを図っております。未だ日本企業の存在感が薄いこれらの地域では、なおさら日本企業が強みとする技術力、知財権を前面に押し出した戦略が有効であると考えられます。

特に、日本企業は近時、アジア新興国の市場にあった製品、サービスを開発する上で、新興勢力である中国勢、韓国勢等の後塵を拝することが見聞きされます。この点、アジア新興国の市場の特殊性を理解し、そのニーズにあった製品、サービスを開発する上では、アジア新興国のスタートアップ企業のアイディアを取り込むことが有効です。知財権を通じたエコシステムの創出は、アジアのNeedsとSeedsを結びつけるプラットフォームを作りあげることにつながるのです。

また、イノベーションを創出しているとは言え、中国やインドといったアジア新興国は、いまだ知財権の保護に対する意識が低いのが現実です。知財権を通じたエコシステムの創出は、知財権の保護について一歩先を行く日本が、アジア新興国に対し、知財権保護の啓蒙活動を実施するという意味合いもあります。スタートアップ企業にとっても、日本企業のIPポートフォリオは、今後の事業展開の成長に必要、有効なファンデーションを提供するという意味で、大きな魅力があるでしょう。

オープン・イノベーションは多様性（Diversity）のある場でこそ有効です。一社でも多くの日本企業がその強みとする知財権と技術を活用し、アジア新興国で新たなイノベーションを切り開くことを、切に願っております。

以上

© AsiaWise Group

執筆者

奥 啓徳
AsiaWise Cross-Border Consulting India Pvt. Ltd. 代表
AsiaWise Cross-Border Consulting Singapore Pte. Ltd. 代表
Cross Border Ip Expert (Asia)
東京工業大学大学院修士課程修了
<Career Summary>
11年に及ぶ企業知財部の経験をベースに、6年に及ぶインド＆シンガポール（ASEAN）の現場経験をMIXさせ、日本企業のインド＆ASEANにおける知財課題の解決を専門とする。
<Contact>
yoshinori.oku@asiawise.legal

久保 光太郎
AsiaWise Legal Japan　代表
弁護士（日本）/ Cross Border Lawyer (Asia)
慶應義塾大学法学部卒
LLM, Columbia Law School
<Career Summary>
米国、インド、シンガポールにおける9年に及ぶ経験をもとに、インド、東南アジア等のクロスボーダー案件（現地進出・M&A、コンプライアンス、紛争等）を専門とする。
<Contact>
kotaro.kubo@asiawise.legal

© AsiaWise Group

Cross-Border Supply Chain Legal Issues Study
「原産国」の認定基準について

＜サマリー＞

- 日本企業のサプライチェーンが拡大していくなか、製品の製造工程が複数の国にまたがる場合については、いずれの国が「原産国」となるかがしばしば問題となります
- 問題となる場面としては、主に、特恵関税率適用時、通関時、国内販売時などが挙げられますが、「原産国」の認定がいかにして行われるのかは、各国の規定や場面によって異なります
- 本稿では、認定の基準を的確に見極め「原産国」を特定するため注意すべきことにも踏み込み、「原産国」の表示に関する規制について、考察を行っています

1. はじめに

日本企業のサプライチェーンは、アジアを中心に拡大の一途をたどっております。

では、製品の製造工程が複数の国にまたがる場合、どのような条件を満たすと、当該製品を”Made in Japan”製品として販売することができるのでしょうか。アジア現地で製造工程の一部を行い、その半製品を日本に輸入し完成させたものを、日本その他アジア、欧米等の諸外国において販売するような場合が、例として挙げられます。

また、原産国の特定はどのような場面で必要になるのでしょうか。本稿では、サプライチェーンに関わるクロスボーダー法務の実務研究の一場面として、複数の国や地域で製品が製造された場合の「原産国」の表示に関する規制について、考察を行いたいと思います。

2. 「原産国」表示に関する規制について

(1) 特恵関税率適用時

各国法律及び条約上、原産国の特定が必要な場面としては、まず、特恵関税制度の適用の有無を検討する場面が挙げられます。一般特恵関税制度（GSP：Generalized System of Preferences）は、発展途上国の輸出所得の拡大、工業化と経済発展の促進を図るため、開発途上国から輸入される一定の農水産品、鉱工業産品に対し、一般の関税率よりも低い関税率（特恵税率）を適用する制度です。また、経済連携協定（EPA：Economic Partnership Agreement）は、国・地域間の輸出入に係る関税の撤廃・削減等を定めた国際協定であり、EPAの締結国との間の特定の製品の輸出入につき特恵税率が適用されることとなります。

上記特恵関税制度では、対象国・協定締結国を原産地とする製品に対してのみ特恵優遇を認めるものであるため、対象製品が協定等に定める原産地規則における基準を満たす必要があります。この原産地規則では、複数国での製造工程を経た製品（例えば、フランスのブドウを、イタリアで醸造し、これをマレーシアでビン詰めするような場合）について、原産国を定める基準を定めています。「実質的変更」が行われた国を原産地とするという基準を耳にしたことのある方もいらっしゃると思いますが、それもまたこうした場面でのメルクマールの一つとなるものです。

(2) 特恵関税制度を利用する場面に限らず、以下のような場面においても、原産国の認定基準が問題となります。

① 通関時

1つ目は、完成した製品を輸入する場面です。通関時における原産国の表示の要否及びその際の認定基準が問題となります。

© AsiaWise Group

検討の対象は輸入先の通関時の手続等であるため、輸入先の各国法令等における基準を知る必要があります。

通関時において原産国の対象製品に原産国を「表示」する義務があるか否かは、国によって異なります。製品のカテゴリに応じて原産国の表示をすべき義務があると定められ、かつ、かかる法令上原産国の定義が定められている国がある一方で、表示する義務はないものの、自主的に表示する場合には正確でなければならないと定める国もあります。あるいは原産国の表示等に関する法令等が特段定められていない国なども存在し、各国によって状況は様々といえます。

② 国内販売時

2つ目は、輸入した製品を国内で販売する場面です。輸入時同様、販売先の各国法令等が問題となります。

この場面では、多くの国において、製品の種類や、製品の販売先のエンドユーザーが一般消費者なのか（B to C取引なのか）、B to B取引に終始するものかという観点から、適用される規制が異なるとされています。日本の場合、一般消費者保護の観点からは、原産国の表示に関して景品表示法が定めています。その他には、独占禁止法や不正競争防止法上での定めがあります。もっとも、上記①の通関時での原産国の認定基準と国内販売時の原産国の認定基準について異なる基準を定めていない国もあり、関連する法令を見比べ参照し、自社の製品について原産国をどのように特定するのか検討する必要があります。なお、特に食品等特定の製品については、販売時の原産地表示について細かく規制されている場合があるため、注意が必要です。

③ その他

加えて、優遇措置を受けられるか否かという観点から、製品の原産国が問題となることが考えられます。例えば、外資進出に対する優遇措置として輸出志向企業向けに設置され、輸入税の免除や一定期間の法人税免除が保障される輸出加工区（EPZ：export processing zone）において、当該製品の製造が全て当該EPZ内においてなされたわけではない場合、当該製品につき税制優遇措置を受けることができるのか、という場面などが例として挙げられます。

3. まとめ

以上に述べたように、特恵関税制度の適用のみならず、輸出先への輸入通関時、販売時など様々な場面で原産国の認定が問題となり得ます。認定の基準を知るにあたっては、それぞれの場面に応じて、適用される法令等を参照する必要があります。したがって、上記に検討したとおり、どの場面における認定が問題となっているのかを、分析的に把握する必要があります。

また、製品の原産国を定めるに当たっては、対象製品について、材料から完成品となるまでのどの工程がその製品にとって重要なものであるか、製品の性質に照らして検討することも重要になってくると思われます。特にアジア諸国では、輸入通関時、販売時における原産国の認定基準について明確な基準が定められていない国もあります。

© AsiaWise Group

Cross-Border Supply Chain Legal Issues Study
「原産国」の認定基準について

そうした場合はもちろんのこと、原産国の認定基準が明確に法令上定められている国においてであっても、実際の製造工程を踏まえるとどこが実質的変更をもたらす工程と評価できるのか、という具体的な検討が重要になると思われます。この検討は、法律というより、むしろ当該製品の技術的な知見が必要になる部分であり、法務部門だけではなく、技術部門等との協働が求められる部分であるといえます。

必要十分な法令調査を実施し、当該法令を適用する事実関係を正確に把握してこそ、具体的な事案において適切な結論を導くことができるのではないかと思います。

以上

執筆者

久保 光太郎
AsiaWise Legal Japan　代表
弁護士（日本）/ Cross Border Lawyer (Asia)
慶應義塾大学法学部卒
LLM, Columbia Law School
<Career Summary>
米国、インド、シンガポールにおける9年に及ぶ経験をもとに、インド、東南アジア等のクロスボーダー案件（現地進出・M&A、コンプライアンス、紛争等）を専門とする。
<Contact>
kotaro.kubo@asiawise.legal

足羽 麦子
AsiaWise Legal Japan アソシエイト
弁護士（日本）/ Cross Border Lawyer (Asia)
慶應義塾大学法科大学院修了
<Career Summary>
司法修習終了後2年間、新任判事補として裁判所に勤務し、民事事件を担当。2018年、キャリアパスをチェンジし、弁護士登録。現在は、日本をベースとしてアジア各国の案件に対応している。
<Contact>
mugiko.ashiwa@asiawise.legal

© AsiaWise Group

ASIAWISE
www.asiawise.legal

AsiaWise Groupはアジアを中心に活動するCross-Border Professional Firmです。国境を超え、業際を超え、クライアントへのValueを追求しております。

本稿の無断複製・転載・引用は固くお断りいたします。

© AsiaWise Group