

「日本人の気持ち」が知的財産

いまこそ、日本の知的財産を再認識するときだと痛感しています。

新宿のディスカウント薬局では、中国からの観光客が大量に医薬品を購入している光景が目立ちます。中国でも同じような薬品は販売しているが、日本製は品質に信頼があるので高額な代金を支払っても持ち帰るのです。日本から輸出している野菜や果物などの農産物を売る店では、現地の価格の数倍でも繁盛しています。中国だけでなく、東アジアでは日本流のパン屋さんなど単に味だけでなく、職人のこだわりと気を抜かないサービス精神が人気の的です。我々が認識していない日本の良さを彼らは認めています。

日本製の大衆家電品は、既にアジア各国に品質面で同等近くまで追従され、価格面で競争力をなくし、さらには模倣品の洪水で見るも無残な状況に陥っています。しかし、本当に満足でき、外見中味とも遜色ない製品を造るためには、目では見えないものが大切です。外見やデザインでも、形だけを真似ることは簡単ですが、単なる物まねで終わってしまいます。見えないものを真似るには、その精神、こころ、感性を理解する必要があります。豊かな社会インフラと高度知識社会で生まれた製品を、それらの背景のない人が創作するのには大変難しい

意識改革が条件になります。価値観や文化は一朝一夕には真似できません。

知的財産というと、特許権、商標権などと固定して考え勝ちです。しかし、知的財産はそのような狭い範囲の知的生産活動ではありません。現状の法制では権利として保護することができない知的財産が日本には数多くあります。顕在化しているアニメ、漫画、ファッション、観光資源、サービスもてなし精神などだけでなく、日本人のこころの中に無限に存在しています。お互い様の和の精神や、分かち合いの精神など数多くあります。日本人は自分の持っている知識を他人に教えることを躊躇しません。他人に教えると自分の存在価値がなくなると信じていることが文化となっている国が数多いのが現状です。そのような国では、知識伝授がなされず、いくら人口は多くても継続的な国家繁栄は不可能です。

日本には化石燃料などの天然埋蔵資源は少なく、その面で私達はある種の劣等感と危機感を常に持っています。ところが、1億2千万人のこころの中には無限の文化資源が眠っています。もっと誇りを持って、これらを活用できれば日本の将来も無限に発展できると思うこの頃です。

中島 淳（太陽国際特許事務所）

