

知的財産教育を構築する

—情報化時代のコミュニケーション—

世良 清

三重県立四日市商業高等学校

〒512-0921 三重県四日市市尾平町字永代寺2745

e-mail:sera.ki@mxs.mie-c.ed.jp

概要

報告者は、商業高校での知財教育を実践的に研究している。これまで3年間にわたり「課題研究」の授業で知財講座を設けて教育実践を進めてきた。生徒と共に、2004年には、「三重の商標の実態調査と分析」を行い、三重県産の商品はまだ認知度が低いことを指摘した。2005年には、地域の良さを活かしたオリジナル商品を開発・販売することとし、「知的財産を活かしたオリジナル商品の開発」をテーマとして、オリジナル緑茶ペットボトルを企画開発・販売するプロジェクトに取り組んだ。商品の企画から商標登録出願まで生徒の手で行った。

こうした実践を踏まえて、情報教育の延長にある知財教育の構築を報告する。

1. はじめに

今日、知的財産の創出・活用が脚光を浴びている。音楽や美術、小説や論文、新しい商品の考案などは、人が創作するという知的作業によって生み出されるものであるが、これら著作権や産業財産権などの知的財産は、世界各国の法律と国際条約で定められ保護され、文化や産業の発展が守られている。

このような重要なものであるならば、誰もが広く普遍的にその知識を身に付ける必要がある。しかしながら、初・中等教育現場では、知的財産教育をどのように推し進めていけばよいのか、という議論はまだ多く出てこない。言葉の響きはよいが、では、いつ、どこで、だれが、どのように広めて

いくのかという教育内容はまだ確立されていないと言ってよい。そこで報告、これら問題提起に基づき、今、なぜ知的財産教育なのか、高校ではどのような教育活動ができるのかを検討し、報告者の実践事例を取り上げながら、情報教育の延長上にある知財教育の構築について実践を報告したい。

2. 知的財産教育

知的財産教育を推進するに、大学教育から出発するのではあまりにも遅いと思われる。大学に進学するにあたり、進学向けの普通科高校では、今日においても偏差値に振り回され、その教育目標は極言すれば、いかに入学試験で点数をとって合格するかだけにかかっており、そのような生徒が大学生になって急に創造性を生むことができるかと考えると、疑問を持つ。さらには、高校を卒業して就職する生徒に至っては、大学でのみ行われる知的財産教育にかかる

Construction of intellectual property education
K.Sera
Mie Prefectural Yokkaichi Commercial High
School

までもなく、社会に出て行くことになる。日本でベンチャー企業を立ち上げようとする者の多くは、大学を経ずに社会人になった者が多い現状において、高校での知的財産教育が最も重要ではないのかと考える。

課題研究は、商業に関する学科をはじめ、専門教育を行う課程では原則履修科目とされ、専門分野を深化するものとしてその意義は大きい。①調査・研究・実験 ②作品制作 ③産業現場等における実習 ④職業資格の取得の4つの柱が決められているが、知的財産研究は、そのうち、④の職業資格取得を除いて、その目的を十分に満足することになる。こうして、3年間にわたり3年次生徒をメンバーに迎え、生徒の「知的財産」研究とともに、担当教諭の「知的財産教育」研究を進めてきた。実は、当初は「知的財産権」と称していたが、いつの頃からか「権」の文字が消え、「知的財産」に移り、さらには、「知的創造」という言葉に代わりつつある。これは取りも直さず、法的手続きや制度を学習するのではなく、自ら体験し創造するという学習への内容変化の現れである。そして、知的財産教育の一環としての「商品開発教育」を提案するに至る。知的財産教育の切り口は、商業・工業・農業・水産等の各分野で多面的に考えられるが、工業等での有形物の考案に対して「ものづくり」で代表されるのに対し、商業では、商品のネーミングやデザイン、販売方法などの「企画・サービス」といった無形物が代表することになる。

3. 生徒研究の実践

生徒研究においては、商品の「知的財産」をめぐって、年間を通した[生産][流通][消費]というフローのなかで、販売者あるいは消費者の立場で商品の価値を見出すことを目的とした。

(1) 特許・登録商標をとるための実務

社会の話題を集めた「阪神優勝」の商標登録をめぐる話題から、知的財産権制度について概観し、実際に特許庁に対して出願するための手法を紹介した。特許庁への出願は、高度な書類作成が必要で、弁理士などに依頼しなければできないかと思われがちだが、一定の知識があれば高校を卒業してすぐに企業に就職する者も即戦力として活躍できることがわかった。身の回りの商品から、登録商標の表示状況や事例研究として、商品の一般名称化阻止に向けての企業の対応などを調査し報告書にまとめている。

(2) 三重の商標の実態調査と分析

知的財産権としての商標を説明するために、3本の緑茶ペットボトルを用意した。1本めは購入したままの状態、2本めはラベルシールをはずした状態、3本めはラベルはそのまま中身を入れ替えた状態で示し、商品の出所表示、品質の保証、広告・宣伝の三機能があることを説明した。

次に、実際に大型量販店の食料品売り場で商品の試買調査を実施し、検討を行った。商標を意識しながら調査者は1人あたり1000円程度で自由に買い物を行い、購入品の商標の実施状況、登録状況を調査した。その結果、商標の表示である「TM」や、登録商標を示す®マークの表示は72%であった。また、試買品の製造・販売会社の所在地は、東京都が74%と圧倒的に多く、大阪府7%、三重県をはじめ、兵庫県、広島県は3%と低いことがわかった。

三重県産の商品が少ないのはなぜなのかを解明するため、大型量販店において三重県に所在する製造業者の商品を探して試買した。その結果、購入商品は全般に地味でシンプルなデザインであり、商標登録に至っては皆無に近い状況であることが判明し

た。特に、高校生にとっては興味を示す商品は極めて少なく、デザインやネーミングの重要性が浮き彫りとなった。ネーミングについては、類似した2社の会社名から、両社に問い合わせを行い、商標に対する意識を聞き出したが、消費者の立場になって惑わされない配慮が必要であるとの意見を述べている。

(3) 知的財産を活かしたオリジナル商品開発

「三重の商標の実態調査と分析」では、三重県産の商品はまだ認知度が低いことを指摘し、これを受けて「地産地消」を目指して、三重の良さを活かした特産品を用いてオリジナル商品を開発・販売することにした。有名な三重の特産品のうち、日常生活でもなじみ深い伊勢茶に着目し、地域でとれるかぶせ茶のオリジナルペットボトル商品を開発し販売することになった。

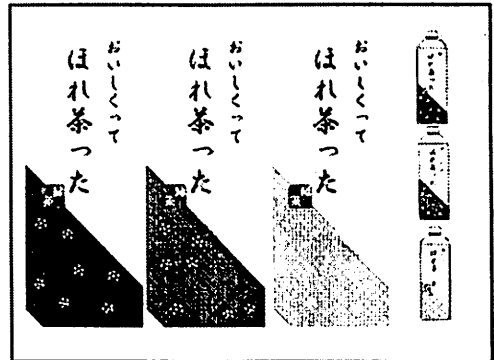
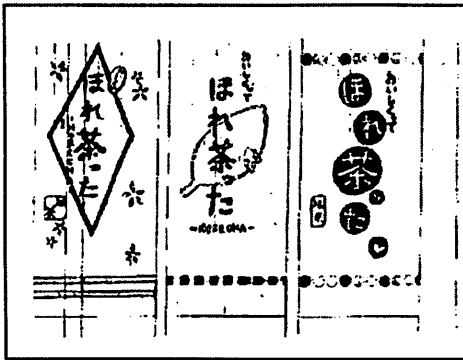
商品化計画の第1弾として、ネーミングを検討した。自由に生徒各自がKJ法で商品名を提案し、いくつかの案が挙がるなか、ある生徒は「商品に対して良い印象を持たせ、消費者の購買の促進する上で、いかに商品名が大切な役割を担っているが分かってきました」と述べている。「消費者の注目を引き、お茶に対しておいしそうなイメージを与え、高校生らしさが伝わる商品名」を検討した結果、商品名を『おいしくってほれ茶った』に決定し、特許庁のデータベースで検索した結果、この商品名の重複はなかったため、生徒の手によって商標出願を行った。

ネーミングが決まると、次にシュリンクのデザインに移り、まずペットボトルの市場の規模とデザインの傾向を知るため、全国各地で実際にペットボトル製品の収集調査を行った。当初、既存商品と差別化を図

るデザインとして、人々の注目を集めるデザインを目指して、デザインカラーの考案を進めた結果、紺・ピンク・緑の3つの案に絞られ、この3色の中から、生徒の間では、一旦、ピンクを基調としたパッケージで意見がまとまった。「ピンクは、『高校生らしさ』を出せて、ネーミングのイメージにも合い、ぱっと見て目立つ色だと思った」との意見が出る一方、しかし、「それに決定する前に、まずこれら3つのデザインの中で、どの色が好まれるのか、アンケート調査を行ってみる」こととなり、その結果、最も好まれた色は、ピンクではなく、緑であることが判明した。また、緑茶のパッケージにピンクを使用することは良い印象を持ちにくいことがわかった。

生徒らは、再度、デザインカラーを再検討することにし、そこで緑茶ペットボトルに対する消費者の考えを知るために、アンケート調査を実施することになった。これらの結果を踏まえた上で、もう一度パッケージの色を話し合い、意見をまとめた結果、「緑茶に対する人々のイメージは緑色で、ひと目でこの商品が緑茶だと認識してもらうためにも、パッケージは緑色が良い」という結論に達して、パッケージを緑色を基調とすることに至った。

次のステップでは、字体・ロゴを考えることになった。まず、ロゴによって、買手にどのようなイメージを与えたいかをまとめることにし、ここでも、「高校生らしさを出したい」と、「丸文字や、形を崩した文字、そしてハートマークをつけるのが良い」という提案があり、イメージ画を作成した。しかし確かに「高校生らしい、かわいい」と思われるイメージのロゴではあるものの、緑茶のイメージが湧くかという点で検討すると「丸文字や崩れすぎた文字では緑茶に適さないのではないか」また、



「真っ赤なハートマークも、パッケージの色とは合わない」との意見が出て、再度検討することになった。緑茶といえば、「和」というイメージがあることも意見が出された。

そこで、もう一度デザインカラーを考える際に全国から収集した緑茶ペットボトルのパッケージに注目して、字体は主に毛筆体・楷書体等が緑茶のイメージにふさわしい物ばかりでもあることにも気づき、そこでデザインカラーの検討と同様に、消費者の抱くイメージを大切にしたいと考え、「高校生らしさを出しつつも和風なロゴはどんなものだろう」と、試行錯誤を重ねることになる。そしてやっとこの条件に合うロゴに辿り着き、「これなら、どの世代にも受け入れやすいロゴだと思います」と述べていた。早速、このイメージ図をペットボトルの製造業者に送り、その数日後、その業者からデザイン案が届いたが、そのかけ離

れた感覚に生徒は驚愕した。字体も色も、生徒の要望とは全くかけ離れたものだったからである。その原因は、関係者のコミュニケーション不足であることに気づき、この反省から要望がより正確に伝わるように、今度は直接話をするによりコミュニケーションを図ることにした。こうして業者側は生徒たちの希望のデザインを理解し、その後もそれらの図を基に推敲・修正を重ね、ついに生徒たちも納得できるデザインが完成し、商品の完成を迎えた。

このプロジェクトでは販売実習も行なった。製造原価から小売価格を設定したり、広告・宣伝なども生徒の手で行なった。校内の文化祭での模擬店のほか、実際に商店街などに出向いて販売活動も行なったが、接客の場面でのコミュニケーションにも、多くの発見や喜びを見出したようである。リアルの体験にはバーチャル体験にはないナマの臨場感があった。

生徒の感想文



私たちが課題研究で行なった『おいしくって ほれ茶った』の商品開発は、普通の高校ではできない体験でした。まず、ネーミングやパッケージを全員で話し合っただけで、私は、ほれ茶のネーミングもパッケージも高校生らしさがある、かわいいと思うから、すごく気に入っています。ネーミングやパッケージが決まると自分たちの商品が形になって、

すごく楽しかったし、うれしかったです。

全国大会では自分たちの発表が全国で上位5校に入ったので、すごく驚いたし、研究成果が認められたことが嬉しかったです。でも一番嬉しかったことは、ほれ茶が売れたときでした。自分たちで直接売っていたので、買ってくれた人の顔や、感想がすぐにわかりました。笑顔で買ってくれるのをみたり、「おいしい」という声を聞くのは嬉しくて、とてもやりがいがありました。大変なこともあったけど、嬉しいこともたくさんあったから、この授業を選んでよかったと思います。(Oさん)

5. まとめにかえて

知的財産教育は、法制度や事務手続きの方法を教育するだけではなく、日常生活でのあらゆる場面で、創意工夫しアイデアを生み出す能力を育成することが重要である。知的財産というと、例えば特許教育は、ともすれば大学でのみ行なわれるという先入観があるが、しかし、よほどの大発明でない限り、ちょっとしたアイデアは、研究室で産まれるのではなく、売り場を訪れた顧客の何気ない一言がヒントになったり、家族や知人との会話など、日常生活のなかから産みだされることが多い。

一連の学習活動は、生徒に光があたることも多かったが、生徒相互や生徒と教員、あるいは協力業者などの人々と意思疎通に苦勞したり、時には激論を交わすなど、必ずしも順風満帆ばかりではなかった。しかし、そこにコミュニケーションの重要性を

認識するポイントがあった。電子メールは大変便利であるが、コミュニケーションには人と人と顔を合わせて直接話をすることの重要性を認識することができた。

授業実践に当たっては、自ら行動した調査研究結果をもとに、オリジナル商品を開発する過程で発見する様々な気付きと、それを人々に伝えるコミュニケーションやプレゼンテーションの重要性を認識することに大きな成果があった。

今日、「ものづくり」の教育に再び目が向けられるが、この商品開発にかかわって、「有形物」の「ものづくり」に対して、ネーミングやデザインなどの「無形物」の「ものづくり」が重要であることに気づかされる。これは情報教育の新しい方向性を目指している。この教育実践が、今後、情報教育の新しい授業内容に発展する機会となれば光榮である。

<参考文献>

- [1] 特許庁, 発明協会『商業高等学校における「工業所有権標準テキストの有効活用に関する実験協力校」研究活用事例集』, 2003
- [2] 特許庁, 発明協会『商業高等学校における「産業財産権標準テキストの有効活用に関する実験協力校」研究活用事例集』, 2004
- [3] 特許庁, 発明協会『商業高等学校における「産業財産権標準テキストの有効活用に関する実験協力校」研究活用事例集』, 2005
- [4] 世良 清「商業高校での知的財産教育をどう展開するか(1)」三重大学教育学部『平成14年度受託研究 大学教育学部向け知的財産教育研究調査報告書』, 2003
- [5] 世良 清「商業教育における知的財産教育の展開」『三重の商業教育』(第40号), 三重県高等学校商業教育研究会, 2003
- [6] 世良 清「商業高校での知的財産教育をどう展開するか(2)」三重大学教育学部『平成15年度受託研究 大学における知的財産教育研究調査報告書』, 2003
- [7] 世良 清「続・商業教育における知的財産教育の展開」『三重の商業教育』(第41号), 三重県高等学校商業教育研究会, 2004
- [8] 世良 清「知的財産教育を構築するー商業高校での実践からー」『情報教育シンポジウム論文集』(情報処理学会シンポジウムシリーズ VOL2004 No9) 情報処理学会, 2004
- [9] 世良 清「高校での商品開発教育をどう進めるかー知的財産教育の一環としてー」『地域産業と大学』第2号, 地域活性化研究センター, 2004
- [10] 世良 清「21世紀日本の知的財産戦略を支える知財教育の在り方ー知識の創造と知財を活かす現代ビジネス人の育成を目指してー」三重大学教育学部『平成16年度 受託研究 大学における知的財産教育研究調査報告書』, 2005
- [11] 世良 清「知的創造力を育む商品開発教育の提案ー知的財産教育の一環としてー」『三重の商業教育』(第42号), 三重県高等学校商業教育研究会, 2005
- [12] 世良 清「知的財産権を学ぶ」『実践事例アイデア集』Vol.13, 日本教育工学振興会, 2005
- [13] 世良 清「商業教育における知的財産教育の目的と方法ー地場産品を活用した商品開発教育の実践ー」『三重の商業教育』(第43号), 三重県高等学校商業教育研究会, 2006
- [14] 世良 清「商業高校での商品開発を通じた知財教育の実践」『第四回年次学術研究発表会講演要旨集』, 日本知財学会, 2006
- [15] 三重県, 「三重県知的財産戦略ビジョン」, 2006