

あなたの会社の「知的財産」を活かしていますか？ — 会社を元気にする中小企業のための知的財産活用術

土生哲也

土生特許事務所 所長／弁理士

本年4月に施行された特許法改正により、これまで発明者個人にしか発生しないとされていた特許を受ける権利を、一定の要件の下で発明者が所属する企業等に原始的に帰属させることが可能になりました。昨年は色彩や音といった新しいタイプの商標の登録が可能になるなど制度改正が続いたこともあり(図表1)、知的財産が話題になる機会が多くなっています。

その一方で、知的財産とは、グローバルに展開する大企業や有名ブランドを持つ企業、先端的な研究機関などが意識すべきものであって、取引先が固定的で特許権や商標権を保有していない中小企業には関係ない話だ、という意見をよく耳にします。このように、知的財産を中小企業に関わりのないテーマと片付けてしまつてよいものなのでしょうか。

「知的財産」とは何か？

知的財産とは何か、そもそも論から考えてみることにしましょう。特許、商標、デザイン……さまざまイメージが湧い

てきますが、正確な定義の説明となると、意外に容易ではありません。

その回答を大きく分けると、次の三つのパターンに分けられるようです。

① 特許権・商標権などの知的財産権

② ①十営業秘密として保護されるノウハウ

③ 技術的なアイデアやノウハウ、デザインなどの社内における知恵全般

昨年7月に東京商工会議所が中小企業を対象に行ったアンケート調査によると、知的財産を①③のいずれで捉えているかに対する回答は概ね3分の1ずつとなり、中小企業の間で「知的財産」の捉え方にバラツキがあることが明らかになっています(図表2)。

これは大変困った状態で、たとえば、大企業からも頼られる独自技術を有しているものの、特許権も商標権も保有していないという下請け型の中小企業には、①ならば知的財産は存在せず、③ならば知的財産は存在することになり、結論は全く逆になってしまいます。「知的財産の活用」も、①であれば特許権などの権利の活用、つまり権利行使やライセンスという限定的な意味になるのに対して、③であれば独自の技術やノウハウを事業

にどのように活かすかという、より広いテーマとなります。

昨年、特許庁が公開した資料(特許庁総務部普及支援課作成「中小企業の知財出願状況」)によると、2014年に特許権や商標権などの産業財産権を出願した企業は約3・3万社で、全国に400万社近くある中小企業の1%にも届きません。知的財産を①のように捉えると、中小企業に知的財産は無関係というイメージもあながち間違いではないことになりました。ところが、知的財産を③のように捉えた場合、厳しい経済環境を生き抜いている中小企業には他と違う「何か」があるのが通常であり、多くの中小企業に知的財産が存在することになるはず。「知的財産」とは、どちらの意味で捉えるべきものなのでしょうか。

多くの中小企業は自社の強みのある「知的財産」を保有している

結論からいえば、「知的財産」は③の意味で、社内に存在する技術、ノウハウ、デザインやブランドなど、権利の有無に関わらず広く捉えるべきものです。

その第一の理由として、知的財産基本法の定義を見ておきましょう。知的財産

図表2 中小企業の「知的財産」の捉え方



(出所) 東京商工会議所「中小企業の戦略的知的財産活用に関する調査報告書」(平成28年2月)より抜粋

つまり、「知的財産」は事業活動における創意工夫の成果として生まれるものであり、日々

図表1 最近の特許法等改正

平成26年 特許法等の一部改正の主な内容 (平成27年4月1日施行)	
(1) 商標法の保護対象の拡充	色彩、音等の新しいタイプの商標が保護対象に追加された。
(2) 特許異議申立て制度の創設	比較的簡易な手続きで、成立した特許権の取り消しを求められることができる、特許異議申立て制度が創設された。
平成27年 特許法等の一部改正の主な内容 (平成28年4月1日施行)	
(1) 職務発明制度の見直し	改正前は発明者個人に限られていた特許を受ける権利の原始的な帰属を、一定の要件の下で発明者が所属する企業等に帰属させることが可能となった。
(2) 特許料・商標登録料等の改定	特許権の維持に必要な毎年の特許料が10%程度、商標の登録料が25%程度、商標の更新登録料が20%程度引き下げられた。

基本法には、「知的財産」が次のように定義されています(2条1項)。「発明、(中略)その他の人間の創造的活動により生み出されるもの(中略)、商標、商号その他事業活動に用いられる商品又は役務を表示するもの及び営業秘密その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報」

特許権などの知的財産権とは、どこにも書いてありません。創造的な活動の成果物、技術や営業に関する情報などの幅広い対象が含まれており、③の定義に近いことを確認することができます。

製品やサービスの改善に取り組んでいる企業には必ず存在するものです。その存在が意識されていなくても、実は多くの中小企業が「知的財産」を保有しているのです。知的財産に関する制度や支援施策も、この定義を前提に整備されています。制度や支援施策を有効に活用するためにも、まずは「知的財産」の定義を正しく理解しておく必要があります。

「知的財産」を広く捉えて成果を上げている中小企業

第二の理由は、「知的財産」を広く捉えた活動によって成果を上げている中小企業が、実際に存在しているということです。

しのはらプレスサービス株式会社(千葉県船橋市)は、労働集約的なプレス機械の修理業界で「知識集約型」のメンテナンスサービスという新市場を開拓して、事業を拡大している中小企業です。同社では、メンテナンスの現場で培われたノウハウを作業マニュアルに集約、これを業務に活用することでサービスの高度化・均質化を推進して、同社にしか提供できないサービスで高い評価を受けています。こうしたノウハウ、社員の経験や知識を「知的財産」と位置付け、社内存在する知的財産の見える化と共有化を進めることによって、社員のレベルアップと活性化が実現されているのです。東洋ステンレス研磨工業株式会社(福

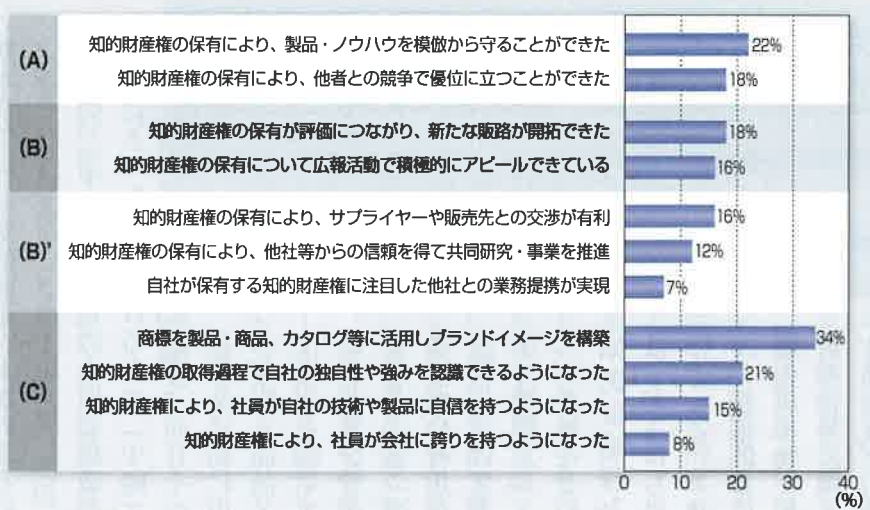
岡山県太宰府市)は、アメリカにあるウォルト・ディズニー・コンサートホールの外壁パネルから、浅草・浅草寺の手摺りまで、幅広い分野で金属の研磨加工の施工実績を有する中小企業ですが、自社製品をもたない加工業が主力であるため、その存在が一般には知られておらず、従業員の採用などの面で苦労することが悩みでした。同社は知的財産への取り組みを強化、具体的には、独自技術を規格化して「makeo」ブランドの下で整理し、自らを「金属化粧師」と銘打ってPRに努めた結果、近年はメディアへの掲載やさまざまな表彰を受ける機会が増加し、九州の元気な中小企業としてよく知られる存在となっています。

2社に共通するのは、特許権や商標権といった権利だけにとらわれず、自社の強みとなる固有の技術やノウハウを「知的財産」と捉え、その「見える化」と活用に取り組んで、ユニークな中小企業としての存在感を高めていることです。こうした「知的財産の活用」事例は、多くの中小企業の参考になる取り組みではないでしょうか。

「知的財産権」の取得によって生じる効果の多様性

こうした「知的財産」について、特許権や商標権などの「知的財産権」を取得することにどのような意味があるのでしょうか。

図表3 知的財産の活用による成功事例



(出所) 近畿経済産業局「近畿知財戦略推進計画2014」より抜粋・編集

知的財産権の保有による成果といえは、権利によって参入障壁を築き、模倣品に権利を行使して市場を独占するといふ典型的な成功例が思い浮かびますが、実際に知的財産権を取得した中小企業は、それ以外にもさまざまな効果があったと感じているようです。

では、実際にどのような成果が得られたのか。図表3は、「近畿知財戦略推進計画2014」策定のための基礎調査で近畿経済産業局が実施した中小企業への

アンケート調査の結果から、その成果についての回答を集計したものです。

(A)～(C)は筆者が分類したのですが、典型的にイメージされる模倣対策など競合企業に対する成果である(A)を選んだ企業は、20%程度と意外に低い水準にとどまっています。

これに近い割合で選択されたのが、販路開拓やPRに用いることができたという、営業面の成果に関連する(B)です。取引先との交渉力の強化や他社との提携に関する(B)'も、販売力の強化に結びつくものと考えられます。

このように、知的財産権は競合対策に活かすだけでなく、多くの中小企業の悩みである販売力の強化にも役立つことを、この回答結果から読み取ることが可能です。

また、(C)を選択した企業も少なくありません。ブランドイメージの構築は、自社のアイデンティティを確認して社内での結束力を高めることにつながりますが、自社の独自性や強みの認識、技術や製品への自信も、「人の力」を引き出すために重要な要素です。こうした社員の意識や心に働きかける効果も、知的財産の存在によって生じる見逃せない効果の一つです。

「知的財産」を 会社の活力に結びつけよう

筆者はこれまでに、知的財産を意識した取り組みが事業の拡大に結びついている

元気な中小企業を、先進事例調査などで数多く訪問してきましたが、ほとんどの企業で社員の方々の気持ちのよい挨拶に迎えられる、生き生きと働く人の姿を目の当たりにしてきました。こうした企業の活力は、どこから生まれてくるのでしょうか。

知的財産とは自社のオリジナリティーであり、強みとなるものです。その知的財産について特許権などの権利を取得すれば、それが唯一のものであること、本家本元であることが客観的に証明されません。知的財産の存在が、「ここでしかできない仕事」に携わっているというやりがいや結びつき、「人の力」を引き出すことに役立つのではないのでしょうか。一人ひとりが仕事にやりがいを感じて生き生きと働いていけば、魅力のある会社として多くの協力者を惹き寄せ、社内での力だけでなく社外の力も活かして、会社の活力を高めていくことができるはずです。

自社に存在する広い意味での「知的財産」を見直し、競合対策にとどまらない多様な活用方法を考えてみてはいかがでしょうか。

はぶ・てつや ●1989年、京都大学法学部卒。同年、日本開発銀行(現在の株日本政策投資銀行)に入行。95年に新規事業支援室の開設メンバーとなり、知的財産権を担保にした融資制度の立ち上げを担当。同行系のベンチャーキャピタルへの出向を経て、2000年に弁理士登録。01年には土生特許事務所を独立開業。ITベンチャーや金融機関を主なクライアントとして知的財産実務に携わり、現在までに300件以上の特許出願、800件以上の商標登録出願を代理している。著書に『ゼロからわかる 知的財産のしくみ』『元気な中小企業はここが違う』など。