

ベンチャー企業と知的財産

—その定義と現状、知的財産戦略について考える—

土生特許事務所 弁理士 土生 哲也

(1) はじめに

わが国の経済成長の鍵の一つと期待されているのが、いわゆる「ベンチャー企業」である。新しい企業が次々に登場して経済を牽引役している米国に対して、日本では時価総額上位を占める企業の顔触れに大きな変化が見られず(図1参照)、ベンチャー企業が育ちにくい環境が低成長の要因の一つと指摘されている。

【図1】日米時価総額上位企業の変化

順位	20世紀末	時価総額 (兆円)	現在	時価総額 (兆円)
日本				
1	NTTドコモ	18.9	トヨタ	20.3
2	トヨタ	13.7	NTT	11.0
3	NTT	13.3	NTTドコモ	9.8
4	みずほFG	7.3	ソフトバンク	9.5
5	ソニー	7.2	三菱UFJ	9.4
米国				
1	ゼネラル・エレクトリック(GE)	54.2	アップル	91.1
2	エクソンモービル	34.5	アルファベット(グーグル)	70.4
3	ファイザー	33.1	マイクロソフト	61.7
4	シスコシステムズ	30.7	フェイスブック	53.9
5	ウォルマート・ストアーズ	27.1	アマゾン	50.5

2017年9月6日配信・日経電子版記事から引用
(時価総額は2000年末と2017年9月5日終値、同時点の為替レートで円換算)

新しい事業の担い手であるベンチャー企業は、イノベーションの成果である知的財産と結びついて考えられることも多く、昨年5月に決定された知的財産推進計画2017の本文にも、「産業の新陳代謝を促進するベンチャー企業創出など・・・知財の利活用が必要不可欠となっており、知財戦略の重要性が一層高まっている」(「知的財産推進計画2017」p.2)「迅速かつ大胆な挑戦が可能なベンチャー企業が、知財

への意識を高め、知財を積極的に活用していくことにより、イノベーション創出や地域産業の活性化に大きく寄与していくことが期待されている」(同p.39)等、「ベンチャー(企業)」の文字が計15回登場する。ところが、その多く(9回)は「中小・ベンチャー企業」のように中小企業と一括りに論じられており、ベンチャー企業固有の課題や政策への言及は多くない。実際、各地で行われている知的財産関連のイベントや支援事業でも、中小企業に「ベンチャー」の文字が加えられることはあっても、ベンチャー企業にターゲットを絞って実施されているものは少ないように見受けられる。

そもそも「ベンチャー企業」とは、どのような企業を指すのであろうか。その定義が中小企業基本法に定められている中小企業と異なり、「ベンチャー企業」に明確な定義は存在しない。ベンチャー企業の課題や支援施策を考えるにあたっては、漠然としたイメージで論じるのではなく、その対象となる範囲について関係者間のコンセンサスを得ておくことが必要である。

本稿では、ベンチャー企業の定義を検討し、その現状を概観するとともに、ベンチャー企業と接する実務家や政策担当者が知的財産の側面から取り組むべき課題を整理することとしたい。

(2) 「ベンチャー企業」の定義

はじめに「ベンチャー企業」の定義について考察する。

いわゆる「ベンチャー」の本場である米国では、一般に「ベンチャー」といえば資金供給の役割を担うベンチャーキャピタルのことを指すが、わが国における「ベンチャー」は、より広い概念を示す語として用いられている。新しい事業を起こして成長を

目指す挑戦的な企業を核とする経済活動を総体的に捉えて「ベンチャー」と総称し、その核となる企業を「ベンチャー企業」(「ベンチャービジネス(VB)」と呼ぶ場合もある)、ベンチャー企業への投資を業とする投資会社を「ベンチャーキャピタル(VC)」と呼ぶことが一般的な傾向のように見受けられる。尤も、ベンチャー企業とベンチャーキャピタルの双方が「ベンチャー」と呼ばれることがあるなど、これらの用語の境界は曖昧であるが、本稿では事業主体となる企業について論じることを明確にするために、そうした企業を「ベンチャー企業」と呼ぶ前提で検討を進める。

では、どのような要件を満たす企業がベンチャー企業に該当するのであろうか。ベンチャー企業といえば、規模が小さい企業、新しい企業、ベンチャーキャピタルの投資を受けている企業、ITやバイオ等の先端技術を扱う企業、IPOを目指している企業等がイメージされやすいので、企業規模、設立からの年数、資本構成、事業分野、企業の性質といった要素がベンチャー企業に該当する要件となるかを、順に検討する。

まず企業規模について、具体的な例から考えてみることにしよう。近年成長が著しい日本を代表するベンチャー企業といえば、具体的にどの企業を思い浮かべるであろうか。

2011年のリリースから急速に利用が拡大した無料通話・メールアプリ「LINE」を提供するLINE株式会社は、直近5年程度の間にも最も成長したベンチャー企業の一つである。同社のIPOは2016年7月であるが、上場直前期(2015年12月期)の売上高は約1,200億円、従業員数は3,000人を超え(2016年6月発行「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」より)、上場時の初値時価総額は1兆円を上回った。

未上場のベンチャー企業で最も注目されている企業といえば、2013年の設立からフリマアプリで急成長している、株式会社メルカリを挙げる人が多いのではないかと。同社の売上高は100億円を超え(2016年6月期は約120億円)、IPO時の時価総額は1,000億円を超えると予想されている(2017年7月22日日経電子版配信記事より)。

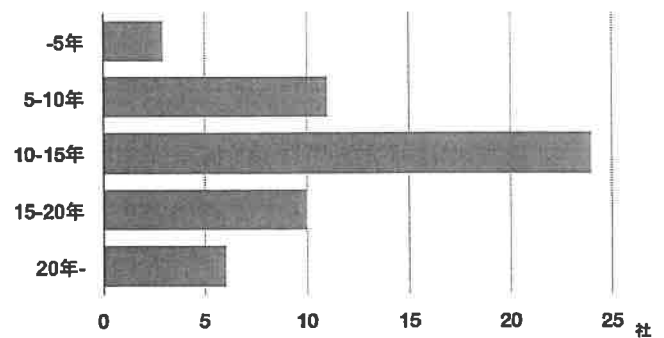
勿論両社のような例はベンチャー企業の中でもごく一部であり、その大多数は売上高や従業員数が少

ない小規模企業であるが、こうした規模になっても成長過程にあればベンチャー企業と呼ばれている実態を考えると、企業規模によってベンチャー企業に該当するかを判断することはできない。

因みに、東証マザーズに2016年に新規上場した企業の上場直前期連結売上高の中間値は約20億円となっており(あずさ監査法人「2016年のIPO動向について」より)、このあたりの売上高の水準を、標準的なベンチャー企業が次のステージに進む分岐点と見ることができるかもしれない。

次に、設立からの年数はどうだろうか。ベンチャー企業といえば設立間もない企業のイメージが強いが、図2は東証マザーズに新規上場した企業が設立からIPOまでに要した年数の分布を示したものである。

【図2】 IPOまでの年数



あずさ監査法人発行「2016年のIPO動向について」掲載データから作成

この図を見ると、設立からIPOまでに10年以上を要した企業が約3/4を占めている。新興市場である東証マザーズに上場する前の企業をベンチャー企業と呼ぶことに違和感はないと思うが、そうすると設立から10年以上を経過したベンチャー企業も多数存在していることになる。先に挙げたLINE株式会社も2000年の設立で、10年以上経過後に「LINE」のサービスを開始してから急成長を遂げた。主力事業の新しさや成長の速度によっては、設立から10年を超えた企業であってもベンチャー企業に該当する場合がある。

続いて、資本構成について検討する。ベンチャーキャピタルから投資を受けている企業がベンチャー企業に該当するのは明らかであり、ベンチャー企業とは呼び難い中小企業がベンチャーキャピタルからの投資を受ける理由もない。そうすると、ベンチャーキャピタルから投資を受けている企業、もう少し範

囲を広げればベンチャーキャピタルの投資対象となり得る企業をベンチャー企業と定義することができそうである。

ここでは2017年上期のIPO銘柄から、初値時価総額が100億円を超えた代表的な4社を選んでその株主構成を見てみることにしよう(図3)。

3社はベンチャーキャピタルの投資を受けているが、自社開発ERPパッケージソフトウェアやWebマーケティング支援で事業を展開する株式会社オロは、IPO直前の主要株主にベンチャーキャピタルが含まれていない。事業会社も含めた法人株主の比率が高い創薬ベンチャーのソレイジア・ファーマ株式会社と対照的であるが、両者間で大きく異なるのがIPO直前の資本金である。前者の資本金が1億円に満たないのに対して、後者は40億円を超えているが、これはバイオベンチャーの初期投資に係る資金需要が大きいことの表れであろう。国内最大級のゲームサイトを運営する株式会社GameWithもベンチャーキャピタルの出資比率が高く、IPO直前の資本金は株式会社オロの3倍強となっているが、その理由と

して、プラットフォームの構築に多くの先行投資を要したことが推測される。ベンチャーキャピタルの出資を受け、資本金が比較的大きい株式会社ユーザーローカルは、ビックデータの解析やAIを活用したツール開発という最先端分野にフォーカスしており、投資が先行して資金需要が生じやすい可能性が考えられる。

このように、ベンチャーキャピタルからの出資の受け入れはIPO前の資金需要によって左右される部分が大きいため、IPOを目指す成長志向の強い企業であっても、事業分野や事業モデルによってはベンチャーキャピタルからの投資を受ける必要がないケースも生じ得る。そうすると、ベンチャーキャピタルの出資の有無が、ベンチャー企業に該当するかを判断する絶対的な基準になるわけではないと考えられる。

図3に挙げた4社は、いずれもIT、バイオといった成長性の高い技術分野を扱う企業なので、事業を展開している分野からベンチャー企業に該当するかを判断することはできないだろうか。

【図3】IPO直前の株主構成の例

会社名	(株)GameWith		(株)ユーザーローカル		(株)オロ		ソレイジア・ファーマ(株)	
業種	サービス業		情報・通信業		情報・通信業		医薬品	
公開前資本金	341百万円		252百万円		90百万円		4,053百万円	
初値時価総額	370億円		452億円		190億円		197億円	
主要株主 (公開前)	株主名	比率	株主名	比率	株主名	比率	株主名	比率
	今泉卓也	34.1%	伊藤将雄	71.2%	川田篤	60.0%	伊藤忠商事(株)	31.3%
	インキュベイト ファンド2号投資 事業有限責任組合	25.3%	YJ2号投資事 業組合	7.6%	日野靖久	32.2%	JapanBridge (Ireland) Limited	28.9%
	YJ1号投資事業組 合	13.7%	渡邊和行	6.7%	藤崎邦生	3.3%	Meiji Seika フェ ルマ(株)	5.3%
	ジャフコSV4共有 投資事業有限責任 組合	11.0%	三上俊輔	2.7%	信太孝一	1.7%	新生企業投資(株)	4.4%
	インキュベイト ファンド3号投資 事業有限責任組合	6.2%	合同会社クリム ゾングループ	2.2%	大下真	0.8%	Lee's Pharmaceutical Holdings Limited	3.1%
	眞壁雅彦	2.4%	中村賀一	1.8%	佐伯賢司	0.8%	三菱UFJキャピ タル3号投資事 業有限責任組合	2.9%
	阿部拓貴	1.1%	イーストベン チャーズ2号投 資事業有限責任 組合	1.4%	角昌祐	0.5%	荒井好裕	2.9%
	重藤優太	1.1%	八重樫拓己	0.8%	角晃子	0.2%	MSIVC2012V投 資事業有限責任 組合	1.7%
	東陽亮	0.8%	岩本大輔	0.6%	廣瀬彰	0.2%	京東(株)	1.7%
井上健	0.7%	本郷寛	0.6%	村上志傑	0.2%	協和発酵キリン (株)	1.4%	

「東京IPO」のWebサイト掲載情報から作成、着色部はVCに該当する株主

2017年上期のIPO銘柄を見ると、例えば、貸し会議室を運営する株式会社ティーケーピーは、設立10年強で売上高200億円超まで急成長し、初値時価総額は約500億円という市場からの高い評価を受けている。アルバイト・パートに特化して採用を代行する株式会社ツナグ・ソリューションズは、設立約10年でIPOを実現し、直近2期の売上高の伸びは平均50%程度と急成長を続けている。

こうした例から考えると、先端技術分野には属さないサービス業においても、ユニークな事業モデルで急成長している企業が存在しており、こうした企業をベンチャー企業と呼ぶことに違和感はない。よって、特定の分野で事業を展開していることがベンチャー企業の要件になるとは考えにくい。

但し、ベンチャー企業のカテゴリーに含めてよいと考えられる企業は、サービス業であっても成長を実現するための何らかの新しい仕組みを取り入れて事業を展開していることが多い。サービス業も含め、イノベティブな企業であることは、ベンチャー企業の共通項の1つと言えるのであろう。

ここまで考えてきたように、ベンチャー企業の定義について客観的な基準を設けることは難しいが、その企業の志向や性質、具体的には以下に挙げる2点については、ベンチャー企業と呼ぶために少なくとも必要とされる条件と言えるのではないかと

① 成長志向が強いこと

筆者は1990年代後半の第3次ベンチャーブーム時に、銀行からベンチャーキャピタルに出向して投資業務を経験したが、その際に驚いたのが銀行とベンチャーキャピタルの企業に対する見方や接し方の違いである。

融資先・投資先企業の手元資金に余裕ができると、銀行は安全性を重視して預金の積増しや借入金の返済を求めることが多いのに対して、ベンチャーキャピタルはその資金を積極的に投資に回すことを要求する。ベンチャーキャピタルは預金や債券より高い利回りを求めてベンチャー企業に投資しているのだから、投資先に資金が滞留しているのは投資した意味がないからである。

ベンチャーキャピタルの投資判断において、成長性は安定性以上に重要な要素であり、成長志向

の強い企業であることは投資に必須の要件となる。企業の存続や雇用の維持のために安定性を最も重視する中小企業が多い中で、成長志向が強いことはベンチャー企業を特徴付ける要素の一つと言えるであろう。

② 企業価値を意識していること

非上場のまま成長を継続する企業も皆無ではないものの、成長を志向する多くの企業にとって、資金調達、知名度や信用力の向上、人材の確保といった観点から、株式を公開して上場企業となることは、避けては通れないテーマの一つである。あるいは、自らがIPOを目指さなくても、成長を加速させるために有力企業の傘下に入ることが有効な状況も生じ得る。特にベンチャーキャピタルからの投資を受けている企業は、IPOやM&Aで「出口」を提供することを求められるため、自社の株式の価値を高めること、企業価値に対する意識が欠かせない。

この点も、株主が創業者とその親族や関係者等に限られる典型的な中小企業との明らかな差異であり、経営者が企業価値を意識して経営にあたっていることが、ベンチャー企業と呼ぶための要件の一つと言えるのではないかと

以上より、本稿における「ベンチャー企業」とは、成長志向が強く、企業価値を意識した経営を行っている、イノベティブな企業を指すものと定義して、以降の検討を進めることとしたい。

(3) ベンチャー企業の資金調達

イノベティブで成長志向の強いベンチャー企業は、開発資金や運転資金等の資金需要が旺盛で、資金調達が重要な課題になる。ベンチャー企業と接する際に資金調達は外せないテーマの一つなので、ここで基礎的な事項を確認しておくことにしよう。

ベンチャー企業に最も特徴的な資金調達手段は、ベンチャーキャピタルからの投資である。通常はベンチャーキャピタルがベンチャー企業に出資する形態で資金調達が行われるが、こうした出資等の直接金融と銀行融資等の間接金融の違いは、図4のように整理される。

【図4】直接金融と間接金融の違い

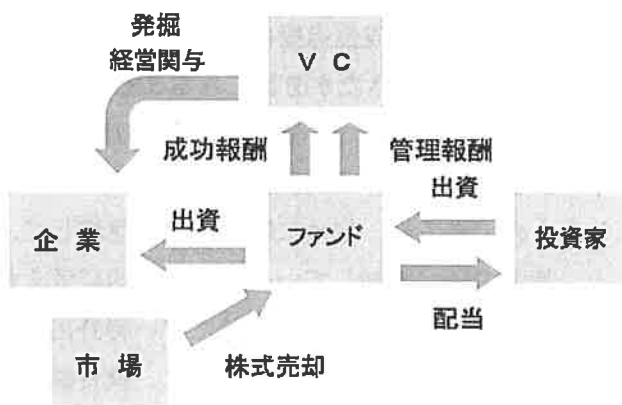
	直接金融 (エクイティ)	間接金融 (デッド)
金融機関	V C etc.	銀行, 信金 etc.
リスク・リターン	High / High	Low / Low
回収手段	株式売却	返済+利払
判断のポイント	株価の上昇	返済の確実性

新製品開発等のリスクの高い投資を行うベンチャー企業にとって、返済が不要な直接金融は重要な資金調達手段となる。一方の間接金融は返済の確実性が求められ、販売が軌道に乗り出してから運転資金等に利用されやすいが、回収の時期が見通しにくい開発資金に通常は適さない。

こうした資金の性質の違いを十分に理解されないまま、開発資金も含めて「銀行がリスクをとらない」と批判されることがあるが、確実な返済の目処がたない資金を間接金融で調達すると、返済が重荷となり却って資金繰りを圧迫してしまうこともある。研究開発投資などのリスクマネーは、直接金融や自己資金で賄うのが基本であり、銀行や信用金庫に対して求められるのは、ベンチャー企業に過大なリスクを負わせることなく、資金の性質を見極めて適切な資金調達手段を提言することであろう。

調達金利と貸出金利のスプレッドにより収益を得るのが基本である銀行業務に対して、ベンチャーキャピタルの事業構造は一般にあまり知られていないため、ここでその仕組みを簡単に解説しておく(図5)。

【図5】ベンチャーキャピタルの事業モデル



ベンチャーキャピタルのベンチャー企業への投資は、自己資金ではなくファンドを組成して行われる

のが一般的である。ベンチャーキャピタルは自らもファンドに出資するとともに、ファンドの管理・運用を担い、ファンドの管理報酬が基礎的な収益源となる。ベンチャーキャピタルはファンドの投資先を発掘、役員派遣等により経営にも関与して、IPOやM&Aによりキャピタルゲインが実現すると、自身の持分相当のキャピタルゲインと成功報酬が得られる仕組みとなっている。

ここで重要なポイントは、ファンドには運用期間(通常は5~7年程度)が定められていることであり、ベンチャーキャピタルの投資を受けたベンチャー企業はそれまでに結果を出すことを求められる。そのため、ベンチャーキャピタルの投資は、成長性の高い分野でイノベティブな事業を展開し、成長志向の強いベンチャー企業に集中しやすくなり、技術が優れていれば投資を受けられるというものではなく、事業分野や経営者の志向によって、投資を受けやすい企業、受けにくい企業があることを理解しておきたい。

(4) IPO市場の動向

わが国ではどのような業種のベンチャー企業が多いのか。地域的な偏りはないのか。最近のIPOの実績から見てみることにしよう。

図6は、2016年に国内の株式市場に新規上場した企業の業種別の社数とシェアを示したものである。

業種別ではサービス業、情報・通信業のシェアが高く、小売業まで含めるとそのシェアは70%近くに及ぶ。これを知的財産、特に特許との関わりから見ると、上位はいずれも一般に特許の事業への寄与度が低いと考えられている業種であり、特許が重視される電気機器、機械、精密機器等の製造業の社数が極めて少ないことが注目される。こうした現状が意味することについては、次項で詳しく検討する。

図7は、2016年に国内の株式市場に新規上場した企業の地域別の社数とシェアを示したものである。

地域別では、東京都のシェアが圧倒的に高いことが目立つ(前年の2015年は70%超)。首都圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)に大阪府、兵庫県、愛知県の数字を加えると83.1%となり、IPOを実現した企業が大都市圏に偏在していることがわかる。東京都の中小企業の社数が全国の中小企業の社数に占める割合

【図6】2016年新規上場企業の業種別社数

業種	社数	シェア	業種	社数	シェア
サービス業	24	28.9%	繊維製品	1	1.2%
情報・通信業	24	28.9%	化学	1	1.2%
小売業	8	9.6%	非鉄金属	1	1.2%
不動産業	5	6.0%	電気機器	1	1.2%
建設業	3	3.6%	機械	1	1.2%
卸売業	3	3.6%	精密機器	1	1.2%
その他金融業	3	3.6%	その他製品	1	1.2%
食料品	2	2.4%	銀行業	1	1.2%
証券、商品先物取引業	2	2.4%	陸運業	1	1.2%

あずさ監査法人発行「2016年IPOの動向について」から引用

【図7】2016年新規上場企業の地域別社数

	2016年			2016年	
	(社数：シェア)			(社数：シェア)	
東京	55社	66.3%	愛知	3社	3.6%
神奈川	3社	3.6%	東海	1社	1.2%
千葉	—	—	大阪	6社	7.2%
埼玉	1社	1.2%	京都	—	—
北関東	2社	2.4%	兵庫	1社	1.2%
北海道	—	—	近畿	1社	1.2%
東北	—	—	中国	2社	2.4%
北陸	2社	2.4%	四国	1社	1.2%
甲信	—	—	九州	5社	6.0%
静岡	—	—	合計	83社	

あずさ監査法人発行「2016年IPOの動向について」掲載の表を一部改変

が約12%であること、首都圏に大阪府、兵庫県、愛知県の数字を加えても40%程度であること(2014年・中小企業庁の集計値)と比較しても、ベンチャー企業が大都市圏、特に東京に集中していることは顕著な傾向と言えよう。

こうした地域的偏在から、ベンチャー企業に対する支援は大都市圏で集中的に進めるのが効率的と考えられる一方、それが地域間の経済格差を拡大する要因ともなりかねず、支援制度の拡充にあたっては十分に検討すべき課題である。

(5) ベンチャー企業と知的財産

ここまでに見てきた事実を踏まえて、ベンチャー企業と知的財産というテーマにおいて考えるべき事項を整理しておこう。

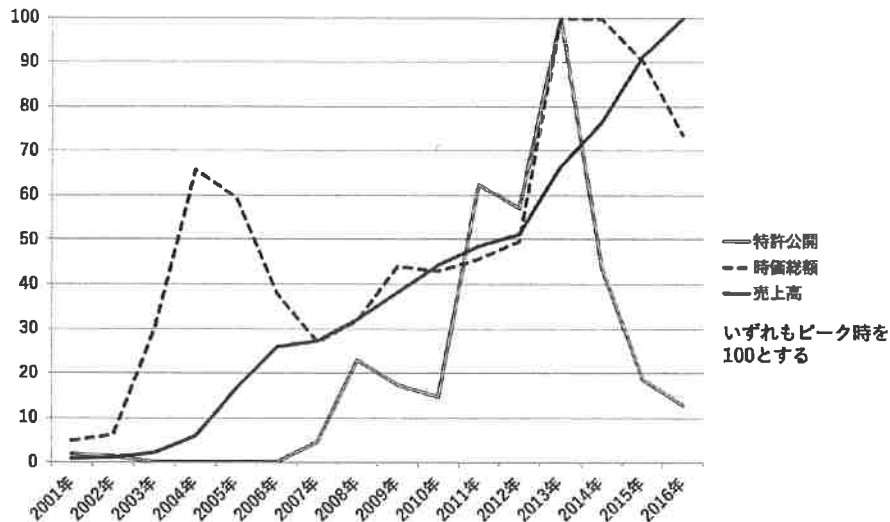
前項で確認したIPO市場の現状を見ると、日本経済の成長に貢献しているベンチャー企業の多くは、

サービス、情報・通信、小売といった業種に属しており、ベンチャー企業と知的財産の関係を論じる際には、これらの業種の企業において知的財産が果たす役割を考えることを避けては通れない。

そこで、第3次ベンチャーブームを代表する企業であり、ITサービスの分野で新市場を開拓した楽天株式会社、その成長過程において特許出願にどのような取り組みができたかを見てみることにしよう。

図8は、ピーク時を100として同社の2001～2016年の公開特許件数、時価総額、売上高の推移を示したものであるが、初めに時価総額が急増して、売上、特許の順に増加している。教科書的に考えれば、はじめに製品やサービスの開発に伴い特許出願が増加、その成果が売上高に表れた後に、投資家が評価して時価総額が増加するという順になりそうであるが、そうした理論上の順序とは全く逆の動きになっている。楽天より早い時期に成長したヤフー株式会

【図8】 楽天の公開特許件数・時価総額・売上高の推移



特許情報プラットフォームの検索結果等から作成

社にも同様の傾向が見られるが、なぜ理論上のシナリオとは逆に、特許が後追的に増加する傾向となるのだろうか。

事業環境や技術革新のスピードが速いIT関連の分野では、特許取得等によって知的財産の保護を固めるより、早期に事業を展開して市場を抑えることのほうが重要という考え方が主流であることが、その理由の一つと推測される。製造業に比べて参入障壁としての特許権の効果が表れにくい分野であることも、特許が後回しになりがちなる理由である。

では、こうした分野で事業を展開するベンチャー企業にとって、知的財産マネジメントは二の次という位置付けにしておいて本当によいのだろうか。ベンチャー企業だからこそ知的財産マネジメントが必要になる理由を、他に考えることはできないのだろうか。

ここではベンチャー企業に固有の性質を考慮した上で、二つの視点から知的財産マネジメントが必要になる理由を挙げておきたい。

① 外部投資家への説明責任

一つ目は説明責任という観点から、ベンチャーキャピタル等の外部投資家に対して、知的財産マネジメントに関する考え方、特に知的財産に関して生じ得るリスクへの備えを的確に説明することができるか、という問題である。

株主が創業者とその親族や関係者等に限られる

典型的な中小企業と異なり、ベンチャーキャピタルや提携する事業会社等の外部投資家からの出資を受けることが多いのがベンチャー企業の特徴である。経営者はこうした外部投資家に対して経営状況を説明する責任を負っており、知的財産に関する問題もその中に含まれる。また、IPOやM&Aの際には、証券会社や証券取引所、株式の売却先に企業情報を詳細に開示する必要が生じるので、知的財産マネジメントについても、どのような考え方に基づいて、どのような体制でどのような取組みを実践しているのか、具体的に説明できるようにしておくことが求められる。この点は、多様な株主を受け入れるベンチャー企業に固有の課題と言えるであろう。

説明責任が求められるとは言っても、他社権利の侵害等の知的財産に関するリスクは完全に排除し得る性質のものではなく、「リスクがない」とは説明できない。また、ベンチャー企業が備えるべきリスクは知的財産に関するリスクだけではないので、限られたリソースをどれだけ知的財産マネジメントに割けるかという問題もある。そうした条件下において、どのように説得力のある説明をすることができるか。知的財産マネジメントに注力するか手をつけないかといったオールオアナッシングの選択ではなく、各々の企業のステージに応じて、現段階ではこういう考え方で対処している、と説明できる取組みを進めることが肝要であ

る。

具体的には、IPOを目指すベンチャー企業であれば、一般に、主要な商標に関する権利の取得、特許に対する考え方（実施できなくなると影響が大きい技術に絞って特許調査を行い、出願を検討する等）の整理とその実践、共同開発やライセンス等の契約書類の雛形の整備、重要情報の管理体制や社内規程の整備といった課題をクリアしていく必要があることを、早い段階から意識しておくようにしたい。

② 交渉力の強化に活かす

二つ目は交渉力という観点から、知的財産マネジメントに取り組む意義を考えてみたい。

なぜ知的財産マネジメントに取り組む必要があるのかと問われると、模倣品対策や他社権利侵害の回避など競合他社に対する競争力を強化・維持することにある、と答える企業が多い。知的財産マネジメントと言えば、こうした競合他社という「横」の関係を意識されやすいが、もう一つの重要な視点は「縦」の関係、つまり、顧客やサプライヤー等の取引先との交渉力に与える影響である。

社内のリソースが十分でないベンチャー企業は、製品の共同開発、製造や販売の委託等、他社との提携が様々な場面で生じるが、提携先が大企業の場合、実績不足を補い、どれだけ対等な立場に近づいて交渉できるかが重要な課題となる。こうした場面で有力な材料となり得るのが、自社のオリジナリティを担保する特許権等の知的財産権である。例えば、人工知能の開発に取り組む先鋭的なITベンチャー、株式会社UEIの清水社長は、ブログに「特許やその他の周辺知財は、ベンチャー企業が他の大企業にはない価値を持っていると証明する唯一の武器で、これがあるからこそ、大企業からの単純な下請けではなく、レベニューシェアやプロフィットシェアを主張できるのです」と記している (<http://www.nikkeibp.co.jp/article/miraigaku/20141201/426569/>)。製造業の例になるが、液体包装の分野で革新的な製品を開発して大手食品メーカーに多くの製品が採用されている株式会社悠心の二瀬社長は、「我々のようなベンチャー企業にとって、大企業や世界と対抗できる

唯一の手段が特許。特許がないと戦えないし、相手も認めてくれません」と述べている（特許庁発行「Tokkyo Walker vol.3」11p.）。

模倣品被害や権利侵害といった競合他社とのトラブルに比べて、取引相手との交渉は日常的に生じている身近な問題である。大企業等との交渉が切実な問題となりやすいベンチャー企業にとって、こうした視点から知的財産マネジメントの意義を考え直してみることも有益なのではないか。

(6) 今後の課題

最後に、ベンチャー企業が知的財産制度を有効に活用できる環境を整えるために、今後の取組みを強化すべき課題にも言及しておきたい。

中小企業の知的財産活動の支援は、特許庁の主要施策の一つとして積極的な取組みが続けられており、各都道府県に設置された知財総合支援窓口や、審査請求料の減免制度等の施策は、ベンチャー企業にとっても有益なものと考えられる。また、創業期のベンチャー企業に対して専門家チームが知的財産戦略の構築を支援する制度も、次年度からスタートする予定である。

本稿では、こうした制度がより効果を発揮するための課題として、以下の3点を挙げておきたい。

① IT・サービス分野のベンチャー企業のための知的財産戦略の検討

前項で確認したとおり、IPOを実現した企業の多くは、サービス業、情報・通信業、小売業に属する企業であり、製造業を中心に研究されてきたこれまでの知的財産戦略をそのまま適用することはできない。これらの分野では、知的財産権の取得によって参入障壁を築き、市場シェアの拡大と価格競争の回避を目指すといったオーソドックスな成功モデルをイメージしにくく、業界の特性にあった知的財産戦略のあり方を検討することが必要になる。

前項では2つの視点を提示したが、海外も含めた先進事例の調査や分析を行うことによって、こうした分野における知的財産マネジメントの意義や効果を検証し、IT・サービス分野のベンチャー企業の経営者が真に納得できる知的財産戦略の指

針を整理して、普及啓発に努めることが求められよう。

② 知的財産の活用スキル、特に交渉や契約におけるスキルの強化

中小企業への支援の現場でよく耳にするのが、特許権等の知的財産権を取得したものの、有効に活用できていない、活用方法がわからない、という声である。IT分野においても、ビジネスモデル特許ブームの後には、放置されたままの出願が大量に発生した。

知的財産権の活用という権利侵害を争う場面がイメージされやすいが、事業展開のスピードが重視される市場では、紛争を抱えていること自体がマイナスに働く可能性も否定できない。しかしながら、特許権等の知的財産権がビジネス上の効果を発揮できるのは模倣品排除等の権利行使の場面に限られるものではなく、前項で説明したように、取引相手との日常的な交渉の場面でもその力を活かすことができるものである。

そうすると、保有する知的財産権を交渉の場面でどのように活用し、取引の枠組みを定める契約条件にどのように落とし込むか、交渉や契約のスキルが求められることになるが、交渉や取引の前提条件は業種や各々の企業の立場によって多種多様であり、そのスキルを身につけるには豊富な経験が必要と言われている。ベンチャー企業がそうした人材を社内に確保することは難しく、社外の専門家に依存するケースが多くなるであろうが、弁護士等の社外の専門家は契約法務等の経験が豊富であっても、その業界の事情にまで詳しいとは限らないということが次の課題になる。交渉や契約の場面では、法的リスクの側面のみからは方針を決められない場合も多く、落としどころをどのように探るのか、専門家に任せきりにするのではなく経営者との協働が求められるところである。

専門家による支援体制を整えるだけでなく、ベンチャー企業の経営者が交渉や契約における勘所を身につけることができる場を提供することも、重要な課題になるのではないかと。

③ 製造業における知的財産マネジメントのレベルアップ

ここまではIPO市場の現状から、ITやサービスの分野で事業を展開するベンチャー企業を対象に考察を進めてきたが、裏を返せば、わが国のお家芸であるはずの電子機器や機械、精密機器などの製造業に属するベンチャー企業の成功例が少ないことも、大きな問題である。知的財産戦略が重視されるこうした分野において、なぜ有力なベンチャー企業が育ちにくいのか。その理由の一つとして、これらの分野では大企業が積極的に特許出願を行っており、ベンチャー企業が参入しにくい領域となっている可能性が考えられる。

大企業が進出しにくいニッチマーケットを狙うにしても、成長に伴い大企業との競合が避けられなくなることが想定される。また、直接の競合とはならなくても、販売先や製造委託先として大企業との交渉が必要になる場面も少なくない。そうした中で、リソースに限りのあるベンチャー企業が、いかにして効率的な知的財産マネジメントを実践できるか。実務的なスキルに加え、大企業が蓄積してきた手法に囚われない柔軟な発想も求められる難題であるが、半導体関連装置の分野で成長を続け、その洗練された知的財産マネジメントが注目されているレーザーテック株式会社のような先進事例(特許庁発行「Tokkyo Walker vol.3」8-9pが参考になる。)も存在する。

知的財産マネジメントが本来最も効果を発揮すべき分野である製造業においても、一層のレベルアップによる成功事例の増加を期待したい。

土生 哲也(土生特許事務所 弁理士)

1995-1997年日本開発銀行(現・株)日本政策投資銀行)でベンチャー企業向け融資制度の立上げを担当後、1998-2001年同行系ベンチャーキャピタルの新規事業投資(株)(現・DBJキャピタル(株))に出向。独立後も多くのベンチャー企業の知財実務に携わる他、ジャスダック上場企業の社外役員や証券会社のアドバイザーを務める等、ベンチャー企業や株式市場の実情に詳しい。平成29年度知財功労賞経済産業大臣表彰受賞。