



# 経営インサイト

管理部門担当者様にとって注目のテーマに気付きをお届けする

2022年2月

管理部門注目のイベント

1日～28日……省エネルギー月間 資源エネルギー庁

13日……………NISAの日 金融庁

## 知的財産権を 事業に活かす



中小企業が生き残りをかけてさまざまな施策を行うなかで、無形資産である「知的財産」を戦略的に活用する流れが加速しています。

知的財産をうまく活用することで、同じ商品やサービスであっても、得られる利益は大きく変わります。権利保護目的だけでなく、経営戦略として知的財産を活用することがこれからのスタンダードになると思います。

そこで今回は、知的財産権を積極的に活かすためのヒントやリスクについて、中小企業の知的財産法務に精通している弁理士 横浜中央合同事務所所長 松下恵三氏にお話を伺いました。



弁理士／弁理士 横浜中央合同事務所所長

**松下 恵三**

(まつした けいぞう)

【略歴】

日本HP 知的財産本部にて契約業務を担当  
拓殖大学商学部 非常勤講師(知的財産管理論)  
酒井国際特許事務所にて出願業務等を担当  
工作機械メーカーにおいて開発業務を担当

そもそも知的財産権とは、何を指すのでしょうか？ 特許庁の定義によれば、知的財産権とは、「人間の幅広い知的創造活動の成果について、一定期間の独占権を与えるようにした」ものとされており、次のようなものが知的財産権にあたります。

知的財産権のうち、特に重要なものが、特許権・実用新案権・意匠権・商標権といえます。これらは「産業財産権」と呼ばれ、これらの権利を取得することで、第三者から発明を盗まれたり、悪用されたりすることを法的に阻止することができます。

### 特許権

発明を保護する権利。発明とは、自然法則を利用した、新規かつ高度で産業上利用可能なものをさす

### 実用新案権

物品の形状、構造、組み合わせに関する考案を保護する権利

### 意匠権

視覚を通じて美感を起させる、建造物や画像、物品の形状、模様、色彩などのデザインを保護する権利

## 商標権

商品・サービスに使用するマークを保護する権利

その他にも、著作権や商号などが知的財産権にあたります。

### ●特許などの権利保護は、アイデア公開のご褒美

知的財産は目に見えず、形のないものですが、非常に価値のある財産です。画期的な発明をした発明者に、独占的な権利を与えることで保護を図っています。

ただ、権利が保護されるといつても永久に保護されるわけではありません。保護される期間は法律で決められており、特許が切れると誰でもその発明を利用することができるようになります。

### ●発明などを公開したくない場合は、特許出願しないという選択も

特許は、特許出願から1年6カ月が経



つと出願内容が全文公開されてしまうため、発明内容を秘密にしておきたい場合には、特許出願をしないという選択もあります。例えば有名なところでは、コーラはコーラのレシピを特許出願していません。レシピは厳重に管理され、限られた人だけに共有されているのです。

レシピが他社に簡単に解析されるようなものであれば、秘匿するよりも特許を取って権利を保護し、その間に収益を上げるという戦略のほうが適しています。しかし、外部から解析することがほぼ不可能で、秘匿しておくメリットが十分にありと判断できる場合には、特許を出願しないというのも、ひとつの経営戦略です。

## 中小企業の特許申請が増加している背景とは

下請けというビジネスモデルで、元請けやメーカーなどから指示されたとおりのものを正確に作って納品するという流れでは、知的財産を意識することはあまりありません。そのため、中小企業では「自社で発明したものについて特許出願して法的保護を図る」という考え方が醸成されませんでした。

しかし下請けをメインとしたビジネスモデルでは、どうしても上流に位置するメーカーなどの経営方針に左右されてしまいます。そこで、上流にある企業の経営方針などが自社の経営にダイレクトに影響しないよう、中小企業も自社で製品やサービスを開発するという動きが加速しています。

自社で独自に製品やサービスを創作するとすると、その知的財産の法的な保護は欠かせません。そのため近年では、特許を出願する中小企業も増えているようです。

優れた製品やサービスはすぐに模倣され、安価な類似品が大量に出回る時代です。自社で発明した商品ができるだけ長く利益が上がる状態に置いておきたいというニーズが高まるなか、参入障壁を作るといった意味において、特許など知的財産の活用は有益です。

## 知的財産をうまく活用できれば、収益は何倍にも上がる

### ●「特許を取れば解決する」という

#### 甘い世界ではない

知的財産を活用するとき、特許を取得しさえすれば安心かというと、全くそん

なことはありません。出願内容は公開されますから、競合がそれをヒントにして、更に進化した発明を出してくる可能性もあります。また、市場が小さすぎる場合、自社の知的財産を独占してしまうと、市場を拡大させる労力を自社だけで担わなければならず、中小企業にとっては負担が大きすぎます。

知的財産の戦略的活用に必要なのは、「知的財産をどのように活用すれば自社にとって最も利益が大きいか」を見極めることです。知的財産は、最終的には自社の収益を上げるために使われなければ意味がありません。そのため、特許を取って終わりではなく、その後の活用まで視野に入れた経営戦略と経営判断が不可欠なのです。

### ●自社が他社の知的財産権の侵害をしないことも大切

今や、あらゆることで特許が取れる時代です。中小企業が身を守るとい意味でも、自社が他社の知的財産権を侵害する可能性について、常にアンテナを張っておいてほしいのです。

例えば、イベントを企画したところ、後日他社から「このイベント名は自社で商標登録しているので使わないでほしい」という差し止め請求の書面が送られてくる、売れ筋の商品の商標登録を怠っ



ていたために他社に登録され、差し止め請求や損害賠償請求をされる、輸入品を販売したところ、日本国内で別の会社が特許を取っており、取引ができなくなる、こういった事例は全ての中小企業で起こり得るのです。

知的財産を守ることは、経営を守ることにともなわれます。今はあらゆることが特許の対象となっている時代です。また、インターネットが普及して、誰しもが世界中の情報を入手できるような今の時代では、ネガティブな評判が強調されて広まってしまいうこともあります。こうしたトラブルは自社のブランドを大きく損ねることもつながりかねません。

特許を出願する、しないに関わらず、新たな事業を始める際には、知的財産権を侵害する可能性があることを意識の片隅に置いておくことは絶対に必要です。

●「守る」から「攻める」へ

うまく守りを固めつつ積極的に知的財

産を活用する動きが加速しているとはいえず、知的財産を自社の戦略に落とし込めないという中小企業がほとんどです。実際に知的財産権を扱う現場でも、知的財産の重要性は分かるし可能性も感じているものの、具体的にどう活かせばいいのかが分からないという相談を頻繁に受けています。

こうした相談を受けたとき、私はいつても知的財産を不動産に例えてお話ししています。身近なものを例に挙げることで、戦略的な知的財産活用のイメージが湧きやすいようです。

◆所有者として所有権を主張できる

自分が所有している土地に不法侵入されたら、所有者であるあなたは「出て行ってください」と権利を主張することができます。知的財産も同じように、第三者が勝手に使おうとしたときには「使わないでください」と差し止め請求をすることができます。

また、自社の発明を勝手に使われた、同じ商品名で同じような商品売り出された、などの行為によって損害を受けた場合には、相手方に損害賠償請求を行うことができます。

◆貸して利益を得られる

不動産は人に貸して収益を上げること

ができます。知的財産も同じく、人に貸して収益を上げることができます。これを「ライセンス契約」といいます。

例えば、よくコンビニではアニメのキャラクターとコラボしたお菓子などが売られています。これはアニメのキャラクターという知的財産を、お菓子メーカーなどに使わせることによって、対価として使用料という利益を得ているのです。

◆売却して利益を得られる

不動産と同じように、知的財産も売却して利益を得ることができます。また、事業譲渡するときに関連した知的財産を付加することで、事業の価値を上げて売却価格を引き上げることも狙えます。

このように、不動産に例えてみると、知的財産を活用して収益を上げられる方法はいろいろと考えられることが分かります。

更に、不動産は購入して所有しなければ活用できませんが、知的財産は自分の頭の中のアイデアを資産に変えることができるため、その点ではコストがかかりません。アイデア次第で得られる資産は無限ともいえます。知的財産の価値は、アイデアの価値そのものなのです。優れた発明を生み出すことができます。

ば、東京・銀座の一等地のように、その発明は大きな価値を有します。しかし誰しもがすぐに思いつくようなつまらないアイデアは、山の中の土地のようなもので、高い値が付くことはありません。

中小企業も、積極的な知的財産の活用を

このように、知的財産は、使い方次第で何倍、何百倍にも自社の収益を上げられる可能性のある財産です。デメリットがあるとするれば、特許出願や先行知的財産の調査にコストがかかることでしょう。例えば、審査請求をする場合、内容にもよりますが、10万円〜100万円程度のコストがかかります。

また、審査請求をしても必ず通るわけではありません。事前調査が甘く、すでに類似の特許が取られているケースもありますし、特許を取ったからといってうまく収益化できる保証もありません。ただ、こうした点を踏まえながらも、中小企業が知的財産の活用を積極的に行うメリットは非常に大きいものがあります。

これからは、全ての中小企業に知的財産を活用して事業を守り立てていってほしいというのが私の願いです。

# 膨大な知的財産調査をAIで効率化

自社のビジネスに欠かせない知的財産戦略ですが、知的財産の活用には十分なリサーチが不可欠です。リサーチをしないまま安易に知的財産を活用すると、例えそれが自社の発明や著作物であったとしてもリスクが伴います。

リスクのひとつが、他社の知的財産権侵害です。事前に十分な調査を行わないまま社名を決定したり、商品名を決定したりしてしまうと、他社の知的財産権を侵害してしまいかねません。

また、膨大なコストや時間をかけて新商品を開発したところ、すでに他社が類似の発明を行って特許を持っていた場合、特許権の侵害につながる可能性があるだけでなく、開発コストを回収できないというリスクも生じます。

戦略的に知的財産を活用するためには、「権利を守る」という視点に加え、競合他社の特許状況や市場の動向・規模を把握するなどのマーケティングの視点が不可欠です。しかし従来は、知的財産の活用のために不可欠な「調査・分析」のプロセスにおいて大きな課題がありました。

## ●知的財産の調査と分析には、莫大な時間とコストがかかる

知的財産の活用に必要な知的財産の調査ですが、特許情報は膨大なため、必要な情報は絞り込んで検索しなければなりません。

しかし、発明者や企業、特許申請に関わる弁理士などによって、同じ概念を説明する言葉はさまざまです。例えば、LEDに関する発明を検索したいという場合、「LED」だけでなく「光源」という言葉でも検索しなければ、十分な情報を得ることができません。

この調査段階で十分な情報を獲得するためには、その分野に精通していることに加えて、キーワードに対する関連用語を熟知することが不可欠です。

また、膨大な情報をデータとして役立てるためには分析が必要ですが、分析にも労力を要します。知的財産部などの専門部署を持つ企業でも、調査や分析には1週間から2週間がかかってしまうという課題がありました。

中小企業のほとんどは、調査と情報分析のためにそこまでのリソースを割くことが難しいため、知的財産の活用から遠ざかってしまっているのが現状です。




## AI特許総合検索 分析プラットフォーム

<https://patentfield.com/>

月額 14,000円～

- AIを使って簡単に国内外の特許情報収集
- 定期調査もAIで最大80%効率化！
- 課題×解決など、160種類の軸でマトリクスマップも簡単作成

## ●調査の効率化により、知的財産部門だけでなく開発・企画部門でも積極的に知的財産が活用できる

知的財産の戦略的活用は、経営戦略の一翼を担います。その重要性は企業規模に関係しません。そこでPatentfieldでは、中小企業が多大なリソースを割くことなく知的財産を積極的に活用できる環境を整えるという設計思想のもと、誰でも気軽に、かつ安価に使えるAI特許総合検索・分析プラットフォームを開発しました。

低コストで使いやすいプラットフォームの構築を開発段階から徹底的に目指したことにより、当プラットフォームは、月額14,000円～という低価格を実現しています（法人向けMiniプラン：中小企業・特許事務所特別割引の場合）。

この機能を使うことで、特許調査にかかる時間を大幅に削減。更に、さまざまな視点からデータを作成することで、データの可視化や分析に寄与できます。

例えば、出願推移のグラフを見れば、どのタイミングで市場が成長し、衰退したかということが一目でわかります。共同出願先のMapでは、競合がどのような企業と提携しているのかを分析することができます。こうしたさまざまなデータを駆使することにより、より積極的に知的財産を活用することができるのです。

本紙に掲載の記事は2022年1月10日時点での情報を基に作成しております。

発行：株式会社 星和ビジネスリンク

本社：〒108-0014 東京都港区芝 4-1-23 三田NNビル4階  
TEL：(03) 5439-2370 (代表) FAX：(03) 5439-2371

※本誌からの無断転載、コピーを禁止します。(非売品)

●お届けいたしましたのは



NISSAY

(生 21 - 5941, 法人開拓戦略室)