

株 式 会 社 小 松 製 作 所

1. 会社の概要

- (1) 会 社 名：株式会社小松製作所
- (2) 所属部会：関東機械金属部会
- (3) 資 本 金：701億2,000万円
従業員数：5,857名
- (4) 営業品目：建設・鉱山機械（油圧ショベル、ブルドーザ、ホイールローダ、ダンプトラック等）、鍛圧・板金機械・工作機械（プレス、シャー等）、など
- (5) 経営方針

「品質と信頼性」を追求し、「企業価値を最大化」することを経営の基本としている。このことは、お客さまの立場を考えた安全で創造的な商品、サービス及びシステムを提供することだけにとどまらない。この言葉をグループ全体の組織、事業、社員そして経営を含めた広い意味で使い、これを基本に何をしなければならないかを、次の五つの指針にまとめている。

- ①常にお客さまの立場を考え、環境に配慮した、安全で創造的な商品・サービスとシステムを提供する。
- ②常に技術と経営の自己革新を迫及する。
- ③グローバルな視点で連結経営を推進する。
- ④良き企業市民として地域社会に貢献する。
- ⑤社員に想像と挑戦の場を提供する。

2. 知的財産部門の概要

(1) 構成及び人員

知的財産部は、研究本部に所属し、事業部門と一線を画した組織となっている。



研究本部

構成は、本社内に管理情報グループ、渉外グループ、テクニカルグループの3グループ、研究・開発部門がある栃木県（小山市）、神奈川県（平塚市）、石川県（小松市）、大阪府（枚方市）に駐在する4グループ、直出願を担当する1グループの計8グループ、31名である。

管理情報グループは、予算・人員管理、特許管理、特許情報システム管理を行い、渉外グループは、係争・契約業務、テクニカルグループは、鑑定・特許の質向上教育を担当している。

研究・開発部門に駐在するグループは、その地区で研究・開発・生産する商品に関する出願～権利維持業務と係争案件の技術的側面解析業務を担当している。

(2) 沿 革

1951年に国内特許及び実用新案の出願、1965年外国出願を開始した。当初は、建設機械の開発を担当する技術本部の技術管理部門が業務の一部として担当していたが、1960年に技術本部

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

特許課として知財部門が独立した。その後、人員の増強に伴い、特許管理部等名称がいろいろ変遷し、1992年に研究本部知的財産部として建設機械部門と一線を画す組織となった。

3. わが社の知的財産活動

(1) 出 願

1960年代に出願件数を増やす活動を積極的に行った結果、特許と実用新案合計での国内出願件数は、1974年にピークとなり、2,100件超となった。

その後、量から質への方針転換の努力を重ねた事と実用新案制度の変更に伴い実用新案出願件数が激減した事から、ここ数年は主に特許のみの出願となり、国内出願件数は600~700件/年となっている。

(2) 特許教育

研究・開発者への特許教育が、極めて重要であると考え、技術系社員全員を対象とした特許教育を行っている。教育は、新入社員教育、入社後1~2年後に行う初級教育、入社数年後に行う中堅教育、及び管理職昇進後に行う管理職教育の計4回行う。

他にも、特別に行うべき事案が出た場合には、開発部門、研究部門のトップから所長、グループマネージャを集めた教育も行っている。

また、新商品の開発計画段階でどのような新技術で商品の特徴付けを行うか、開発の最終段階で他社特許と自社特許の強さの総合比較評価を行い、開発担当マネージャが報告する制度を採用し、開発ステップの中に特許を強く意識させる仕組みを作っている。

また、経営層、管理職層に対し、特許分析情報、係争情報等をマンスリーレポートとして提供し、特許の重要性認識、現状の問題点・課題認識を高めさせている。

知財部員に対する教育としては、知財協の教

育と部内教育の二本立てで行っている。

(3) 海外関係会社

当社の売上構成の7割が、建設・鉱山機械である。日本国内の公共投資が大幅に削減されたため、日本国内の建設機械市場は、ピーク時から半減し、建設機械の世界市場に占める日本市場の比重は、40%程度あったものが、20%以下に下がり、開発も海外市場にあった商品は、海外で行うようになってきた。生産は、大分以前から大マーケットである米国や欧州、中国等で行っている。

このため、従来は国内権利と競合会社を考慮して出願国を厳選した海外出願とし、知財費用対効果を大きくする方針をとっていたが、最近により多くの国へ出願するように方針を転換している。

(4) 報奨制度

当社の発明者報奨は、出願時及び効果発生時に行っている。権利化以前でも効果が発生すれば報奨する、効果が継続している期間は権利期間内であれば、上限金額無しで退職者にも報奨する制度となっており、発明者に有利な制度となっている。

報奨の基礎となる効果発生金額は、性能・機能の差別化による商品の独占性確保、原価低減、ライセンス収入などの分類毎に算出する。

原価低減やライセンス収入は、効果発生金額の数値化が容易であるが、性能・機能の差別化効果の算出は、評価に主観が入り込む余地が大きく、数値化が困難であった。そこで、弊社では、競合製品との相対的評価を基に性能・機能の差別化効果を算出する方式を策定し、2000年度の発明者報奨から実施している。

(原稿受領日 2004年3月10日)