

知的財産を意識したものづくり

石井 雅 治*



当社は、川西航空機株式会社を前身として1949年に設立、現在は「感性を生かし人と社会に優しい技術を通じてより豊かな社会・生活環境の向上に貢献する」という企業理念のもと、生活基盤を支える特装車、産業機器、航空機といった幅広い分野において事業を展開している。ものづくりを生業とし、顧客が求める製品を提供するメーカーであるから、「知的財産（以下、知財と略）」という言葉が意味するところは、顧客のニーズに応える製品を創生する上で必要な技術、情報等の一つ一つがそうであると思っている。

今般、本誌の巻頭に拙文を掲載させていただき榮に浴したので、メーカーで製品開発を纏める立場で、また30余年に亘るものづくり技術者としての立場で、技術知財の筆頭である特許をイメージしながら、これを意識したものづくりについて最近考えていることを記してみたい。考えを纏める上で、「知財に関し、企業技術者として日常的に持つべき意識とは何か？」を基本に置いたつもりである。

これまでの開発活動では、製品や技術を他社の侵害から守るため、知財の創生と権利化を中心にした取組みに力点が置かれてきた印象が強い。しかし、ここ数年、生み出した知財を事業の中でどのように活用していくか、開発、設計、製造、品質保証、営業など、事業の各プロセスに携わる者が、それぞれの立場で強く意識するよう求められるようになってきた。つまり、経済産業省が提唱する「経営戦略における三位一体＝事業戦略／知的財産戦略／研究開発戦略＝」が企業経営の中で重要視されてきたことを、開発を担当する立場として感じる機会が増えてきたと思っている¹⁾。

2008年のスイスIMDによる国際競争力ランキングで、日本の国際競争力順位は全55か国中の22位という成績であった²⁾。また、小分類である「科学インフラ」の項目では、日本は2位という高い評価であった。この項目は、研究開発投資額や研究開発従事者数、知財の一つである特許件数等が評価項目となっており、2位という結果が先に述べた「三位一体の経営戦略」の定着に因るものと思いたいところではあるが、自分の周りを見回すとまだまだ十分に浸透しきれてないという印象である。技術者一人一人が、知財（＝発明）の質を高め、その知財により実現した製品が顧客に認められ、ひいては企業や技術立国としての我が国の位置付けをさらに高めたいという意識を持つことにより、知財創生に対する一層の努力に繋がっていく…、そうやって初めて望ましい経営戦略が定着したと言えるのであろう。知財の意義は、その知財に関わる製品や技術の権利が他から侵害されることを防ぐということだけでなく、その知財を所有することで得られる有形無形の効果を日々考えながら新たな知財創生に臨むことが、技術者に求められる時代になってきた。

* 新明和工業株式会社 執行役員 開発センタ長 工学博士 Masaharu ISHII

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

知財の価値に対し、高レベルの報酬が与えられることが世の流れになってきた。報酬について発明者側からの不満提示が相次いだことから、2005年4月に改正特許法が施行され、企業と発明者とが協議できる制度の導入が促されるようになった。これにより、報酬の上限を撤廃した企業も多く、2006年1月の特許庁資料によれば、上限なしとした企業や研究機関（全国1,093法人対象）は68%に上るとされている³⁾。この状況は、知財を作り出す側に相当のインセンティブを与え、益々活発な研究活動が展開されることになった。こういった流れの中で、知財の評価がより事業貢献に重きを置いてなされるようになった訳である。今後、先に示したIMD評価が特許の効果にまで踏み込むことになるだろうが、そこで高順位を維持することも技術者一人一人に求められるだろう。一方で、良いものを作るという技術者としての本質が報酬に傾き、技術の質が金額だけで評価されるようなことになると、良い意味での技術者プライドを失うことになる。こうならないようにしたいものである。

知財を経営戦略に結びつけて考えるには、もはや日本国内で閉じるのではなく、グローバル展開までも視野に入れた「知財戦略」が求められる。先に示したIMDでの特許出願件数の評価はともかく、例えば国内出願件数に対する海外出願比率は米国が約44%、欧州が約60%（いずれも2003年）であるのに対し、日本は約22%（2005年）という結果が出ている⁴⁾。つまり、製品として海外展開を優位に進めるためには、開発時点で世界戦略を視野に入れた製品コンセプトの作り込みが必要であり、海外メーカーにはない新しい技術を盛りこむことが不可欠である。新しい技術は、経営側から開発側に求めるのではなく、開発を担当する側が自分達の実力を誇示し、かつ知財権という形で持つ意識を前面に出すことが極めて重要であると思う。技術者602名に対する調査によれば、76%の方が、今後日本メーカーが受けるコピー商品の被害が増えると考えている⁵⁾。この対策として585人への調査の結果、31.8%が海外での知財権の早期取得と答えている。また、コピー商品よりも高機能・高品質な製品の開発と答えている技術者も多く、知財権の取得と製品の世界戦略を睨んだ新たな技術の早期創生をセットにした取組みが不可欠であり、技術者に課せられる要望が益々高まってきたと感じている。

技術レベルをちょっと高めるだけで大きなアドバンテージが得られた過去に対し、まさにイノベーションを起さねば勝ち抜けないのが現在である。優位な流れを作り出すポテンシャルは、用意周到な製品戦略とその実現に向けた知財戦略、すなわち産み出す商品の確実なコンセプトメイキングに加え、独自性を主張できる知財権を持つことが必要不可欠である。我々技術者として、先に述べた「経営戦略における三位一体」を意識した研究・開発活動、すなわち知財を常に意識したものづくりと、知財部門との日常的な連携が益々重要になってきたと思う今日この頃である。

注 記

- 1) 経済産業省、知的財産の取得・管理指針、(2003-3)
- 2) 株三菱総合研究所、MRI Daily Economic Comment、(2008-5)
- 3) 読売新聞、YOMIURI ONLINE、(2006-8)
- 4) 知的財産戦略本部、知的財産推進計画2008、(2008-6)
- 5) 日経BP社、日経ものづくり、(2008-1)