

知的財産とは何か

本日お話する知的財産というのは、特許とか商標とか権利のことをいっているのではなく、色々な商品やサービスを工夫している中で生まれているものと理解いただきたい。知的財産は、商品やサービスを工夫していれば自ずと生まれるもの。自分たちで独自の商品を作ろうであるとか、お客様から注文をもらおうということで何からかの工夫をしていけば、その会社には、何らかの知的財産が存在している。

知的財産マネジメントとは

知的財産を創る

最初のステップは、知的財産を創るということ。何も特別な話ではなく、世の中の殆どの会社は何らかの知的財産を創っていると理解いただいてよい。ただ、多くの会社は、それを知的財産と意識しておらず、知的財産を創っている、つまり、そこで止まってしまっていて、その先の第2、第3のステップに進んでいない。

知的財産に形をつける

第2のステップは、創った知的財産に形をつけるということ。自分たちの商品やサービスのどこが他と違うのか、どこに特徴があるのか等を見つめ直したうえで、この技術は当社の独自の技術なので特許を取ろう、独自のノウハウをきちんとマニュアル化して社外持出し禁止の秘密情報として保護しようといったように、自社の知的財産を「見える化」する取り組みである。

知的財産を外部にはたらかせる

知的財産に形をつけるという作業を行うと、法律が様々な力を与えてくれるので、その力を活かして色々なところに働きかけをしていく、この外部に働かせると言う作業というのが、第3のステップ。

知的財産マネジメントのはたらきを経営に活かす

形をつけることにも意味がある

知財の専門家がよく、権利を取るだけ、つまり知財に形をつけるだけでは意味がない、権利は活用しないとダメだと言うが、そうではない。形をつけるということにも意味があり、「他との違いを『見える化』する効果」「工夫の成果を会社の財産とする効果」「創意工夫の促進で社内を活性化する効果」といった3つの効果がある（それぞれの効果について、具体的事例をもとに説明）。

知的財産の力は様々な方向に働く

知財の力を外に働かすというと、他社に真似されないために知財権を取り、それによりライバルを排除していくといったことが思い浮かぶと思うが、それだけではない。知財の力というのは、ライバルだけではなく、パートナーやお客様など色々な方向に働くものであり、「ライバル企業の動きコントロールする」「取引先との交渉力を強化する」「顧客にオリジナリティを伝える」「パートナーとの関係をつなぐ」といった4つの効果がある（それぞれの効果について、具体的事例をもとに説明）。

知的財産の力で会社を元気に！

元気な会社は説明が上手い

知財をうまく活用している会社は、業種や規模が違っていても似たような特徴、雰囲気がある。

1つ目は、説明が上手いということ。反対に、伸び悩んでいる会社は説明が下手な会社が多い。商品が売れないのは、商品がダメだからではなく、良さをきちんと説明できないから、社員が採用できないのは、会社に魅力がないからではなく、魅力をきちんと説明できないから、といった会社も少なくないのでは。逆に言えば、説明力があることはものすごく大きな武器になる。

元気な会社は挨拶が気持ち良い

2つ目は、挨拶がすごいということ。受付に行くと、全員が立ち上がって挨拶してくれる。これがどこから出てくるかというと、一言で言うと当事者意識。社員の当事者意識が低い会社は、従業員30人の中小企業といっても実際は10人5人、ひどい時は社長が1人で空回りしている。ところが、いい会社は30人がフル回転しているうえに、社員ではないのだけれども、会社のために動いてくれる人がたくさんいる。そういう会社が本当の意味で強い会社。

自分たちのどこに特徴があるかということ客観的に「見える化」「言語化」といった知財の取り組みというのが、結局、こういうことにも効いてくるということ。