



特集 知的財産を 味方に付ける

「この商品はうちしかつくりえない」といった発明や技術は、知的財産権として登録することで初めて保護され、独占権が認められる。たとえ部品といえども、価格競争に巻き込まれることなく、研究開発の努力に見合った単価を設定し、適正利潤を確保することが可能なのだ。中小企業にとっても、知財戦略が欠かせない時代となった。



「中小企業を強くする 知的財産戦略」

東京中小企業投資育成社長・元特許庁長官

荒井 寿光

**豊田佐吉も安藤百福も
特許の活用で新産業を築いた**

知的財産権は著作権を別にすれば、特許権、意匠（デザイン）権、商標（ブランド）権の3つが柱です。いまや、大手企業だけでなく中小企業も、自分の知的財産を大事にしなければならぬ時代に入りました。

理由の一つは、自分の会社を守るためです。日本の国際競争力を引上げる自動車や電機といった大手製造業は、組み立て産業の性格が強く、コアとなる大事な部品などの多くは中小企業が製造してきました。そうした中小企業は、ある時期までは系列として大企業と一体となつて、安くていいものをつくることに全力を挙げていけば、自社の商品や技術に関する特許などを取る必要性はなかったんです。ところが最近では、長年にわたって取引を続けてきた大企業が、コスト競争で海外のメーカーから部品を調達するようになりました。中小企

業にとって、いい技術さえ開発していれば良かった時代は終わり、それを特許として守っておかないとほかの会社やコストの安いアジアのメーカーにまねされて負けてしまつて、せっかくいい技術があつても注文が取れない時代に入ったわけです。もう一つの大きな理由は、自分の会社を飛躍させるためです。特許

を生かすことで、中小企業は大きな発展のチャンスを得ることができまふ。特許を活用して、個人企業から大企業に発展させた人は過去にもたくさんいますが、豊田佐吉さん（トヨタ自動車グループ）、松下幸之助さん（パナソニックグループ）、本田宗一郎さん（本田技研工業）の3人はその代表例です。中でも



特にすごいと思うのは豊田さんです。この人は日本で特許制度が始まったばかりのころに自動織機を發明し、特許を取り、英国の織物産業に技術を輸出する形で、発展途上国であった明治の日本に巨額の外貨をもたらしました。もう一人挙げるとすれば、戦後48歳で起業した安藤百福さん（日清食品）です。彼はインスタントラーメンを發明し、製法の特許を取りました。スタート当初は、営業可能なエリアも生産能力も限られていたため、「野中の一本杉は台風が来たら倒れてしまふが、並木になれば強い」との考え方から、しっかりと食品メーカーだけを選んで特許の使用を認め、それらの会社と一緒に日本にインスタントラーメン産業を確立しました。一社だけでは時間がかかる市場づくりを、特許の公開により推進した好例です。これから先も、中小企業が特許を上手に活用し、新しい産業、新しい市場をつくる可能性はあるはず