

新規事業創出の勘所 (5)

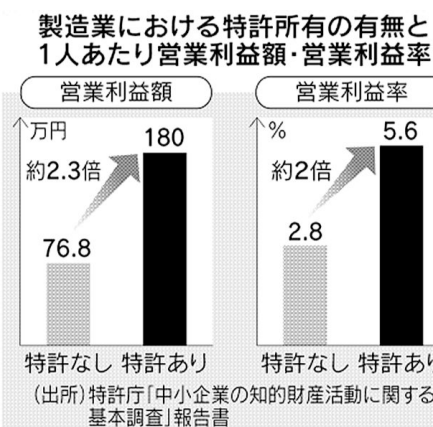
特許庁の「特許行政年次報告書 2023年版」によると、中小企業による日本国内での特許出願件数は、全体の18.1%にとどまっている。国内企業数の99.7%が中小企業であることを考えると、「特許出願は大企業がするもの」というイメージが依然として根強いことをうかがわせる。

中小企業にはなじみの薄い特許出願だが、特許出願活動のメリットを示唆する一つのデータがある。特許庁の「中小企業の知的財産活動に関する基本調査」報告書によると、「中小製造業において、特許権を所有する企業は所有しない企業よりも従業員1人あたりの営業利益額が約2.3倍、営業利益率が約2倍高い」という結果が示されている。

特許出願には特許権という権利の獲得による効果に加え、特許出願活動に取り組むことで中小製造業企業の研究・開発部門が活性化していることが大きく寄与しているのではないかと考えられる。

特許出願活動は、「発明のアイデア出し」と「先行技術の調査」を経て権利範囲の決定に至る流れが一般的だ。まずアイデア出しが研究・開発部門に与える「良い影響」について考えてみよう。

アイデア出しは、自社が保有する技術の棚卸しになるだけでなく、自社の研究・開発部門の強み・弱みを再認識するきっかけになる。



特許出願、研究開発の活性化も

例えば、自社にしか実現し得ない工夫や他社が気付いていない点に着目できた理由を深く掘り下げることによって、自社の技術レベルや不足している要素技術、自社独自の設計思想などを明らかにすることができる。

また、アイデア出しは研究開発部門以外の担当者を交えて実施することもお勧めだ。例えば営業部門の担当者が加われば、よりユーザーに近い立場で課題（ニーズ）の掘り下げができるだろう。

こうした部門横断のコミュニケーション機会を定期的にもてば、技術担当者にもユーザーが抱える課題を日頃から意識する癖も付く。さらには営業部門との距離を縮めるきっかけとしても活用し、顧客ニーズがタイムリーに研究開発部門へ届けられるような組織風土の醸成も進めたい。

先行技術の調査は、他社の製品動向・技術動向を知る機会になる。開発に励んだものの製品化に至らなかった技術や現在直面している課題など、企業のホームページや製品展示会などでは公開されていない他社の情報が見えてくることもある。

他社の研究開発動向を把握できれば、自社の方向性を検討するうえで貴重な材料となる。研究開発部門の担当者一人ひとりが日ごろから他社の動向を意識する習慣を身に付けられれば、新製品の開発力をさらに高めるきっかけとなるだろう。

特許の出願活動に取り組むこと自体が、自社の研究開発部門の強み・弱みの見直しや他社動向の分析といった活動にもつながる。出願件数自体は少なくても、出願活動を継続的に実施している企業は、技術を起点とした社内コミュニケーションが活発化するという大きな副次効果が得られていると思われる。

特許出願活動を一つのきっかけとして活用し、研究開発部門の活性化につなげ、次世代に向けた製品開発を継続できる体制を構築することが望ましい。