

今こそ All-Japan で日本の競争力を実現しよう～

大企業と中小企業の知財連携の現場にて

弁護士法人内田・鮫島法律事務所

弁護士・弁理士

鮫島 正 洋

我々知財の世界にいる者にとって最も注目すべきは毎年度出される「知的財産推進計画」である。知財財産推進計画は内閣官房の「知的財産戦略本部」（安倍首相が本部長）が胴元となり、我が国の知財戦略を策定した結果を公表するものである。そこで、今年の重点施策のトップにあげられたのが中小企業の知財戦略の強化であり、大企業と中小企業との知財連携にフォーカスされている。

一口に大企業と中小企業の知財連携といっても、①大企業の技術を中小企業が事業化するモデル（大企業→中小企業）、②中小企業の技術を大企業が事業化するモデル（中小企業→大企業）の二つに分けられる。このうち、先行しているのは前者（①）であり、先端を走っているのが、川崎市で成功を収めているビジネスマッチング事業、俗に「川崎モデル」とも呼ばれている。

「川崎モデル」の骨子は、大企業の休眠技術を中小企業に移転し、中小企業がこれを事業化することである。大企業が保有している技術は、事業方針に合わない、企業規模に見合った市場規模が存在しないなどの理由で休眠状態に陥ることが多く、技術的な完成度が低いというわけでは決してない。他方、中小企業に技術を導入する場合、市場規模の問題は生じないことが多く、著名な大企業とタイアップしているという体裁を採ることで中小企業の信用力の向上にもつながるメリットがあるといわれる。

#### 【川崎市知的財産交流事業の概要】<sup>2</sup>

##### 大企業の開放特許を活用した中小企業の自社製品開発支援

- 平成19年度にモデル事業としてスタート、20年度から重点事業として実施
- これまで参加している大企業（17社）  
富士通、東芝、日立製作所、NEC、味の素、パイオニア、日産自動車、NHK、ミツトヨ、出光興産、富士通セミコンダクター、NTT、日本ハム、キヤノン、中国電力、イトーキ、シャープ
- これまでの成約実績は21件、うち14件が製品化（平成27年4月現在）



※知的財産推進計画 2015 より引用

このタイプのビジネスのマッチング事業の問題点は参加する大企業がなかなか増えないことである。大企業にとってみれば、技術移転の手間に見合ったロイヤリティを得られるものではないという経済的事情によるものであろう。しかし、「川崎モデル」を推進した富士通が平成25年度に知財功労賞を受賞したことから、企業のCSRやブランドイメージの向上につながるのではないかとされている<sup>1</sup>。さらに、定年退職後の技術者の海外流出抑制策につながるとの指摘もある。つまり、中小企業に移転された技術を開発した技術者は、国外からのヘッドハンティングに応じるよりも、自らが開発した愛着のある技術を事業化しようとしている中小企業に技術顧問という立場で関与することを選ぶというのである。転職の自由が憲法で保障される中、転退職による技術流出を法的に抑制することは極めて難しい中で、一つの有力な技術流出防止策となることは間違いない。

他方、②中小企業の技術が大企業が事業化するプロジェクトは普及が遅れている。しかし、このような技術の流れを前提にした場合、大企業と中小企業は見事な補完関係を構成する。

大企業の喫緊の課題はイノベティブな技術ネタが欠如していることである。他方、中小企業、特に、ベンチャー企業は常にイノベティブな技術で勝負している。そこに、中小企業→大企業という技術の流れを是とする可能性の第一歩が存在する。イノベティブな技術を有するベンチャー企業であったとしても、それを事業化する際の課題は多い。ベンチャー企業には、ブランドも、製品を全世界で販売するネットワークも、全世界の需要をカバーするだけの量産設備もないからである。そうだとすると、大企業の弱み（イノベーション）をベンチャー企業が補い、ベンチャー企業の弱み（事業化力）を大企業が補うという補完関係が成立するはずである。

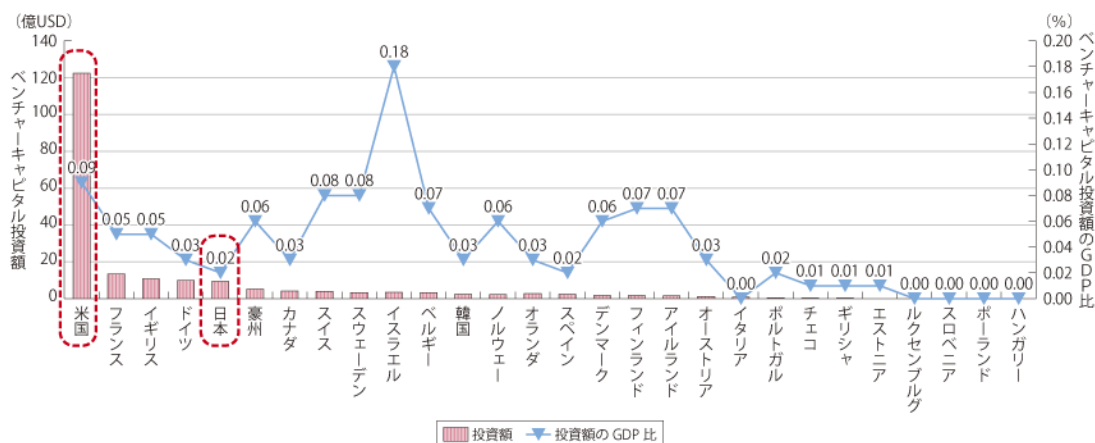
この補完関係を国家競争力に変換しているのが米国である。米国ではリスクの高いイノベティブな技術開発をベンチャー企業が担当し、事業化可能性が相当程度高まった時点で行われるバイアウト(buy-out)といわれる大企業によるベンチャー買収が、ベンチャー企業の出口（エグジット）であることはごく普通である。そのようなエグジットが確立しているから、ベンチャーキャピタルがベンチャー企業に投資する合理性が生まれ、その規模は日本の数十倍に及ぶとされている<sup>2</sup>。

---

<sup>1</sup> 知的財産推進計画2015にも、この点について、「中小企業との知財ビジネスマッチングに積極的に取り組む大企業を後押しするため、知財功労賞等の表彰制度を活用するとともに、各地で行われている知財連携の好事例を共有する機会や手段を活用し、これらの取組を広く周知する。」「知財ビジネスマッチングを始めとする中小企業と大企業との知財連携に関する取組の拡大に向けて、業界団体の協力の下、業界ごとの取組を促す。」などの方策が盛り込まれた。

<sup>2</sup> 平成25年度総務省情報通信白書第1部 第2節

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h25/html/nc112140.html>



このような形で大企業と中小企業が手を組み、All-Japan で我が国の競争力を回復していこう。それが、当職が 2004 年に中小企業知財戦略支援の各委員会の座長を拝命して以来、訴え続けてきたことであつたが、長らくは時期が伴わなかつた。今、ようやくこのモデルにも陽が差し始ようとしている。先般公表された知財推進計画 2015、地味な記載で見落としがちであるが、中小企業→大企業という川崎モデルとは逆の技術の流れを前提とした施策が記述されているのである。

地域ブロックごとに特定された戦略産業について、大企業のニーズと中小企業の持つ技術シーズとを公設試験研究機関等のネットワークを通じてマッチングし、事業化を支援する橋渡し・事業化支援人材を戦略分野ごとに配置する。

以上