

知的財産の経済効果

淵 上 正 朗*



企業が知的財産の出願や維持に大きなコストをかける目的には様々なものがあると思われるが、中でも重要な目的は、自社の新技術を他社の模倣から守り自らの事業を有利に進めることであろう。ところが、その「独占効果」が経済効果としていくらになるのかを把握することはなかなか難しい。たとえば製薬業界における新薬のように、特許で新商品が丸ごとガードされているような場合には、その売上げや利益から経済効果を算出することは比較的容易であると思われる。しかし、自動車や当社の建設機械のように、製品の基本形は定まっておりに付加される新たな機能や性能を競うような産業の場合には、そのような計算方法は適用できない。それに代わって、新機能の独占効果によって新商品が「他社よりいくら高く売れるか」を計算しなければならない。ところが、その価格差の計算はなかなか困難である。なぜなら、商品の価格は、単に機能・性能の優劣だけではなく、信頼性、営業力およびブランド力なども含めた総合力で決まるのが普通だからである。

当社においてもそのあたりの状況は大きくは変わらないが、7年ほど前から、知財の経済効果の不確かさに少しでも“風穴”を開けたいという企図から、実用化されている全ての特許等のネット利益（正味の経済効果）を算出する、という試みを続けてきた。それは、仮に計算の精度に多少の問題があるにせよ、一貫した手法で長期間にわたって経済効果をモニターし続ければ、少なくとも、製品や部門毎の経済効果の経時的推移などが大まかに把握できるのではないかと考えたからである。また併せて、その結果を従業員への実施報奨金算出のためのデータベースとしても活用する、という目的もあった。その手法について、ここで詳しく述べることはできないが、基本的な考え方の骨子は以下のようなものである。

まず特許の「経済効果」を、

- ① 新商品全体を権利化しているケース
- ② 性能や機能の向上技術を権利化しているケース
- ③ 製造原価の低減技術を権利化しているケース
- ④ 他社からのライセンス収入が得られるケース

の4つに分類する。

①、③および④については、「経済効果」の客観的な計算は比較的容易であるが、難しいのは冒頭

* 株式会社小松製作所 執行役員研究本部長 Masao FUCHIGAMI

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

でも述べたように②のケースである。このケースにおいて、特許の「経済効果」を直接個々に算出しようとする、現実には計算の基となる数値にかなりの主観が入ってしまう場合が多い。そこで本手法では、まず「機能・性能面からみた製品全体の価格優位性」を、営業部門等の意見も入れて5段階評価等の手法で評価し、その結果から「製品全体の性能・機能の優位性による経済効果」を算出する。次に、その「製品全体の経済効果」を支えている技術をリストアップし、それぞれの寄与率を評価して個々の「技術の経済効果」を算出する。さらに、それらの技術に係る特許の寄与率を評価して「特許の経済効果」を算出している。つまり、この手法の“ミソ”は、「全体のパイの大きさ」を先に決めてしまえばその内訳の分配計算は比較的客観的に行うことができるのではないか、と考えた点にある。

当社でそれらの活動を7年間行ってきた結果は、知財活動全体の費用対効果の評価および報奨金の自動支払いによる発明マインドアップ等で、不十分ながらそれなりの効果を上げてきたと思われる。

いうまでもなく一般の事業部門では、売上げや利益等から短期間に部門全体の評価が決まることが多い。その結果、事業の存続意義が厳しく問われることも珍しくない。一方、知財部門では、出願から実際の効果が上がるまでに長時間を要するケースが多い上に、上述のように経済効果そのものの計算も難しい。そのため多くの企業においては、知財活動の「採算性」まではあまり厳しく問われてはいないのが現状かと思われる。

しかし、知財活動も企業活動の一部である以上、企業の経営者は「経営にいかに貢献しているのか」というような基本的な問いを、知財部門に対しても発し続けるべきであろう。また知財部門も、上述の困難さはあるにせよ、それらの問いに答える努力を怠ってはならないと考える。知的財産活動には強いフォローの風が吹いていることは間違いないが、それに甘えることなく自らを律する姿勢を持ち続けることは、知財部門に限らず全ての組織に求められているからである。