

## サービス業における知的財産管理

前 田 修 司\*



近年，“知的財産”，“知財戦略”や“知的財産管理”といった言葉を見たり聞いたりする機会が増えたように，企業活動における知的財産の重要性が増している。

これは，2002年に小泉元首相が憲政史上初めて施政方針演説で「知財立国」を目指すことを宣言し，米国では2004年に競争力評議会が国家技術革新サミットで“世界に勝つためには継続的なイノベーション”が不可欠であり，知的財産権に関する制度を整備すべきであると提言した「Innovate America」（パルミサーノリポート）を発表したことで

顕著となった。

企業にとって，企業価値を増大させるためには知的財産による価値創造が不可避であり，製造業のみならずサービス業（非製造業）にとっても，知的財産は益々重要な経営資源となっていくものと考えられる。

企業経営において知的財産を経営資源として維持し活用するためには「知的財産管理」が重要であることは論を待たないが，「知的財産管理」は“モノづくり”を行っている製造業の視点で語られていることが多く，無形のサービスを提供するサービス業の視点では語られていないように思える。

そこで，「知的財産管理」について，製造業と特に運用を主としたセキュリティサービス業とを対比しつつ，サービス業における「知的財産管理」のあり方について考えてみる。

製造業とサービス業とは，例えば“モノ”に対する視点が大きく異なっている。つまり，製造業は顧客が要望するデザインや機能を“モノ（商品）”として提供することで顧客に満足感を与え，サービス業は顧客が要望する効能（例えば“安全”）を“モノ（機器）”を介在させて無形のサービスとして提供することで顧客に満足感（例えば“安心”）を与える。

このように，“モノづくり”を行っている製造業とサービス業とでは事業の本質の違いから，「知的財産管理」のあり方も本来異なっているのではないかと考えている。

### 1. 商標における「知的財産管理」について

サービス業における最大の知的財産は“コーポレートブランド”であり，その価値は企業価値そのものを表すといっても過言ではない。

製造業のビジネスの基本は，顧客が要望する商品を製造して販売することである。商品（機器）を売り出す為には商品名（商品商標）の権利化を図り，顧客に対し商品イメージや商品名の認知度を高

\* セコム株式会社 常務取締役 Shuji MAEDA

**※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。**

めてブランド化（“プロダクトブランド”）することで顧客吸引力を向上する戦略をとっている。

セキュリティサービス業のビジネスの基本は、特定（契約した）の顧客に対しサービスを継続して提供することである。コンピュータと通信回線と人間の機動力が一体となった“マンマシンシステム”の品質こそが顧客の契約継続の意思を左右する。この品質は「企業の信用力」に繋がり、この「企業の信用力」は“コーポレートブランド（役務商標）”の価値に帰結する。

サービス業の「知的財産管理」は、特にコンシューマー商品の製造業のような企業価値を向上させるために個々の“プロダクトブランド”の価値を高める戦略と異なり、長期に亘り企業そのものを表象する“コーポレートブランド”の適正な管理や価値向上戦略を継続的にとることが重要であると考ええる。

## **2. 特許における「知的財産管理」について**

サービス業は、製造業とは異なりエンドユーザ（顧客）と日々接していることから、顧客ニーズをいち早く的確に先取りすることにより、システムやモノ（機器）をタイミングよく研究開発し、社会に提供することが可能である。

当社では、このような顧客ニーズから、“今後社会にとって必要なサービス”及び“顧客にとって有益なサービス”を見出し、顧客の視点に沿った新しいサービスを提供するために、研究所では最先端の高度な技術をいち早く取り入れた研究を行い、開発部門ではこの研究成果を独自性のあるサービスとして実現化するための創意工夫を行っており、これらがノウハウや発明の創作に繋がっている。

このように、サービス業は顧客に近い利点を活かして、如何に早くノウハウや発明を創作するか、また権利化すべき発明を如何に早く出願するかという“スピードを重視”した「知的財産管理」を実施することが重要であると考ええる。

また、サービス業は、特に顧客の使用勝手（運用）を考慮したノウハウや発明をいち早く創作し豊富に蓄積することが製造業を含めた他社との差別化に必要であり、この実現化のためには運用部門、研究開発部門や知的財産部門等に各情報が円滑に伝達され共有化されるような組織体制を構築・整備することも重要であると考ええる。

## **3. 調査・監視業務の重視について**

当社はセキュリティ事業を行っており、創業以来“コンプライアンス”の遵守は経営の基礎であることから、他社の知的財産の権利を尊重するとともに自社の知的財産の権利も尊重してもらうことが「知的財産管理」の基本原則である。

そこで、当社はコンプライアンス及びリスクマネジメントの観点から、他社の権利に抵触することが無いように事前に十分な調査を行っている。また当社の知的財産権を守る為に他社の実施状況の監視を行い、当社の知的財産権が侵害されている場合には当社の権利を保護する為に積極的に権利行使を行っている。

当社もサービス業としての適正な「知的財産管理」を模索している段階であり、今回の寄稿がサービス業の企業にとって「知的財産管理」のあり方の検討動機や一助となれば幸いであり、サービス業に属する企業において最善の「知的財産管理」が実行されることを期待している。