

## 就任挨拶

副会長

福島能久



皆さん、こんにちは。只今ご紹介いただきましたように、パナソニックで知財部門を担当しております福島でございます。

さて、マスコミ報道等でもご存知のようにグローバルに産業構造が大きく変化する中で、弊社の事業経営は非常に厳しい状況にあります。これまでの日本企業は、高度な「摺り合わせ」技術を得意としながら、精緻な品質管理や高効率の生産プロセスに支えられた高品質・低価格の「モノづくり」の強みを発揮して、欧米競合企業に対する競争優位性を確保するキャッチアップ型の事業構造を磨き上げてきました。し

かし、システムLSI技術やソフトウェア技術の急速な進化とモジュール化によって、従来の技術優位性が相対的に低下するとともに、新興国における急激な市場拡大にともなってグローバルな事業競争力の源泉はコスト力へと一気にシフトしました。そして、「攻め」の経営戦略で圧倒的なコスト競争力を確保した韓国・中国企業は一気呵成にグローバル市場を席卷しつつあります。一方、時代を先取りする独自の構想力に基づいてサービス融合型事業へとビジネスモデルを大胆に転換しながら水平分業型「モノづくり」を活用して事業競争力を強化した米国IT企業は、ユーザーズを的確に捉えた市場の創造によって飛躍的な成長を遂げています。コスト競争力に勝る韓国・中国企業と新たなビジネスモデルを梃子に躍進する米国IT企業との狭間で、日本の製造業は歴史的な円高などの多重苦に苛まれて競争力が急速に低下し、厳しい事業経営の舵取りを余儀なくされていると思います。

このように激変する事業環境の渦中であって、「モノづくり」企業が新たな成長を目指すためには、まず顧客価値の創造を起点としたビジネスモデルの再構築が不可欠です。このようなビジネスモデルのイノベーションは、それぞれの企業が意図する事業領域においてマーケティング活動を活性化して顧客の潜在的なニーズを読み取りながらも、顧客の想定を超える価値観を備えた商品・サービスをいち早く提案することから始まると思います。このイノベーションは、事業企画や商品企画を担当する人たちのみが推進するものではありません。技術・商品開発を行う研究者や技術者は、自らの「強み」を技術的観点から判断するのではなく、顧客価値の創造に貢献する技術の位置付けをビジネスモデルの視点から評価することが重要です。特に、このイノベーションにおいて、研究者や技術者と二人三脚で活動する知財担当者は、生み出された発明や創作を黙々と権利化する受動的な業務スタイルから脱皮して、知財情報の総合的な調査・分析に基づいた研究・開発戦略の企画推進や事業リスクを極小化する知財資産マネジメントなどの能動的な知財活動にも積極的に挑戦することが必要であり、知財部門は事業部門や技術部門とともに三位一体で経営に貢献する部門として大胆に変革することが求められています。

先程の新理事長様ご挨拶の中で、「間違っても良いから、踏み出そうではないか」という威勢の良い心意気を伺って大いに感動しました。私なりに言い換えれば、「積極的にリスクを取って、大胆に踏み出そう」という表現がより適切なものと思いますが、グローバルな事業環境が激変する中で逞しく生き抜く専門職が常に心掛けるべき要諦であると思います。私自身は30年ほど前に技術者として入社し、研究開発部門で技術・商品開発に携わった後に事業部門の経営者を経て、数年前から知財部門を担当しております。知財専門職の方々とお話すると、今でも会話が余り噛み合わないことが時々あります。その背景を考えると、高度な専門知識を修得しながら専門職の道を一途に追求されているのですが、豊富な知識と多様な経験を事業経営に結び付けて考える姿勢が少し乏しい面も見受けられます。専門職として日々研鑽を積むことの重要性は言うまでもありませんが、同時に事業に貢献する専門職として、現場・現物を見据えながら積極果敢に踏み出していく姿勢を常に持つことも大切です。

弊社の創業者は、厳しい事業経営に直面したとき、「かつてない難局は、かつてない発展の基礎となる」という言葉で、全社員が危機的な苦境を新たな生成発展の好機として前向きに捉えて行動することを求めました。日本の「モノづくり」企業が顧客価値の創造を志向したビジネスモデルによって新たな成長を成し遂げるためには、知的財産の創造・保護・活用戦略も次代に向けて再構築することが重要です。最後に、この場をお借りして、本協会が事業環境の変化を先取りしながら積極果敢な変革に自ら挑戦する知財人材を育む組織として生成発展することを大いに期待して、就任のご挨拶とさせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

