

川崎重工業株式会社

1. 会社の概要

- (1) 会 員 名：川崎重工業株式会社
- (2) 所属部会：関西金属機械部会第1分科会
- (3) 資 本 金：1,045億円
従業員数：34,000名（連結）
- (4) 営業品目：
 - ①船舶（商船，艦艇，船用機器等）
 - ②鉄道車両（高速車両，近郊電車等）
 - ③航空宇宙（航空機，ヘリコプター，ジェットエンジン，宇宙機器等）
 - ④レジャー&汎用製品（モーターサイクル，汎用ガソリンエンジン等）
 - ⑤エネルギー・発電設備（ガスタービン，ガスエンジン，ボイラ設備，LNG貯槽等）
 - ⑥水力機械（スラスト等）・空力機械（プロワ等）
 - ⑦プラント・環境・リサイクル設備
（セメントプラント，肥料プラント等）
 - ⑧インフラ整備機器（土木機械，建設機械等）
 - ⑨油圧機器（油圧ポンプ，油圧モーター等）
 - ⑩産業用ロボット
- (5) 企業理念（グループミッション）

『世界の人々の豊かな生活と地球環境の未来に貢献する“Global Kawasaki”』

川崎重工グループは、広汎な領域における高度な総合技術力によって、地球環境との調和を図りながら、豊かで美しい未来社会の形成に向けて、新たな価値を創造します。

- (6) CIマーク



2. 知的財産部門の概要

(1) 組織上の位置及び名称

「技術開発本部 知的財産部」として、本部門に属しています。

(2) 構成及び人員

知的財産部は、特許・意匠の出願・権利化、知財教育・啓発等を主として行う第一課・第三課（神戸），および商標の出願・権利化，知財渉外等を主として行う第二課（東京）で構成されていて、総勢26名です。

また、グループ内の各事業部門には知財主管部門として約50名が知財業務を担当しており（他業務との兼任者を含む），これらと連携して、川崎重工グループの知的財産力の強化に取り組んでいます。

(3) 沿革

知的財産部門としては古くから特許課として存在していましたが、1970年に特許部へと昇格し、1992年には知的所有権部に改称、その後、2001年に知的財産部に改称し、現在に至っています。

3. わが社の知的財産活動

2020年度に目指すべき姿として、当社では「Kawasaki事業ビジョン2020」を策定しています。

この達成に向けては、「コアコンピタンスを生かした新製品開発による事業の収益性向上」，「新興国市場を中心としたグローバルな事業展開」が必須となります。

これらを支える知的財産活動のうち、主なものを以下に述べます。

(1) 重要プロジェクト支援

当社は、製品群別に7つのカンパニーに分かれ、幅広い事業を展開しています。

船舶やプラントといった受注型製品、モーターサイクルに代表される一般消費者向け製品があり、その開発においては、ジェットエンジンのように非常に開発期間が長いもの、モーターサイクルのようにモデルチェンジを繰り返しているものなど、事業形態は様々です。

このため、個々の事業に応じた知財活動が必要となり、基本的に国内特許出願については、それぞれの製品を取り扱う事業部門の知財主管部門で行っています。

しかしながら、各事業部門で知財要員を抱えるには体力差が生じて、事業部門によっては十分な知財活動ができなくなってしまう。

そこで当社では、全社の開発プロジェクトの中から、重要な位置づけのプロジェクトを抽出し、これを中心として、本社知的財産部が開発の初期段階から参画し、支援しています。

知的財産部が属する技術開発本部は唯一の本社研究開発部門であり、全社の共通基盤技術や全社横通しの新製品開発等を行う技術研究所やシステム技術開発センターを擁しています。

技術開発本部は各事業部門と事業戦略、開発戦略などをトップ以下で常に情報交換しており、ここに属するメリットとして知的財産部は、新製品開発支援に必要な情報を得ています。

このような情報や他の事業部門の持つノウハウ等を生かして、各部門の支援をしています。

(2) グローバル展開支援

もう一つの注力点はグローバル対応です。

中国をはじめとする新興国では模倣品が多く出回っています。劣悪な模倣品を放置すると当社ブランドイメージを落としてしまいますので、これら模倣品の排除に努めています。

当社の商標を真似た商標が出願される例も見られます。そこで、今後進出の可能性のある国に対する先回り出願を心がけています。特許も同様で、広く各国での権利化を進めていきます。

ある事業部門が新興国に進出して得たノウハウは、これから進出しようとする部門にとってはとても貴重な情報となります。

知的財産部では、現地で直接聞いた生の情報なども含めてグローバル知財情報として取りまとめ、社内の情報共有化サイトにて情報公開していきます。

(3) 知財マインド高揚

知財マインド高揚にも力を注いでいます。

各階層で高い知財マインドを持ってもらうことが知的財産力強化につながります。

このため当社では、職位階層ごとの知財教育プログラムを用意しています。

経営層向けのセミナー、ライン長向けには部下指導も意識した教育、実務者・新入社員向けの教育、また最近では営業部門向けの教育も行っており、知財への関心度が高まっています。

4. 今後の課題

「事業」「開発」「知財」の三位一体を確立するには、より事業部門との連携を密にして、お互いの関心の持つ領域を広め、共通認識を高める必要があります。そのため、知財部門の者は事業戦略などにより踏み込み、事業部門にはより知財に関心を持ってもらうようなアプローチの構築に努めていきます。

一方、グローバル展開では、新興国での風習や文化の違いに起因する知的財産に対する意識の差も考慮して活動を進めていきたいと考えています。

(原稿受領日 2013年9月13日)