



ENGINEER® の MPDP ダイアリー



高崎 充弘

第14回
中小企業センターの船出

[Profile]

東京大学工学部卒業後、三井造船入社。米国レンスラー工科大学で修士課程修了後、(株)エンジニアの前身である双葉工具に入社。2004年に同社代表取締役社長に就任。独自の「MPDP理論」によるニッポンのモノづくり立国を提唱している。

中小企業の知財活用が進まない原因

「MPDP理論」は企業規模の大小を問わず、洋の東西を問わず、新しい製品やサービスを展開し、これを成功に導くためのKey Success Factorであると考えています。

しかし、わが国の中小企業ではP（パテント）がMPDPの中で最大のボトルネックになっています。本稿第6回（2013年9月号p.29）でお伝えしたように、その理由の一つが弁理士と中小企業の経営者間の、「2階からビール」を注いでもらっているかのようなコミュニケーション・ギャップの存在です。当社ではそのギャップの解消ツールとして知的財産管理技能検定を活用しており、現在では社員30名中9名が本国家資格（2級：4名、3級：5名）を取得しています。

政府も中小・ベンチャー企業の知財活用を促進すべくさまざまな施策を展開しています。知財総合支援窓口や海外知的財産プロデューサー派遣、産業財産権専門官による普及啓発、外国出願補助金制度などは当社も積極的に活用しており、素晴らしい制度だと実感しています。

しかし、全国385万社の中小企業のうち、約9割を占める従業員20名以下（製造業他）の小規模企業では、これらの施策が十分に活用されていません。日本の特許出願に占める中小企業の割合が12%（米国：25%）にとどまっている原因もこのあたりにあると考えています。

ではなぜ、政府がさまざまな施策を展開しているにもかかわらず、中小企業の知財活用が進まないのか？

それは、当社でも昔はそうでしたが、政府の施策の意味を理解できていなかったからなのです。

知財技能士の資格取得に取り組む前は、いくら知財の支援制度があるといわれても、恥ずかしながら「馬の耳に念仏」「猫に小判」「2階からビール」の状態でした。

他方、新たな施策を検討する際、政府は産業界のニーズや意見を広く募集します。大企業の場合、業界団体や知的財産協会などからの積極的な提言もあり、ニーズを把握することは比較的容易です。しかし、中小企業・小規模企業は数も多く、業種・業態も多種多様であり、一元的に意見を取りまとめるのは困難です。

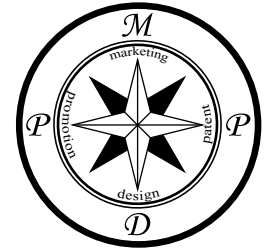
そこで、政府や関係機関によるアンケートやヒアリング調査、パブリックコメントなどによって、中小企業の声を収集し、政策に反映しようとする仕組みがあります。

しかし、これも筆者自身の経験ですが、アンケートで聞かれている内容や用語そのものがよく分からず、回答に困ったこともしばしばありました。そもそも、アンケートによって知財の知識が乏しい中小企業のニーズを収集するのはかなり無理があることなのです。

このたび筆者は知的財産教育協会内に設けられた中小企業センターの初代センター長という大役を仰せつかりましたが、そのミッションの一つとして中小企業の知財活用の促進を掲げています。知的財産管理技能士によって弁理士との意思疎通が大幅に改善されたように、中小企業センターが、中小・ベンチャー企業と政府の橋渡し役になれればと考えています。

※中小企業センターは中小企業の登録制度（無料）を設けています。知財技能士、中小企業の経営者および従業員、どなたでも以下のサイトから登録可能です。

http://ip-edu.org/csme_touroku



ウ：社長はんが初代センター長にならはった、「中小企業センター」って何ですの？

高：当社にもたくさんいる知的財産管理技能士（以下、知財技能士）は知ってるよね。

ウ：社員さん30人のうち、約3分の1が持ってはりまん。ところで銀次郎はんは何級でしたっけ？

銀：ギクッ！ この前3級受けてきたし。今、合格発表待ってるそこや（;-;）

ウ：そろそろサクラも咲いてほしいですな～（*^_^*）

銀：ウッサイわ！ 今度は絶対自信あんねん！

高：この知財検定を主催している知的財産教育協会の中に「中小企業センター」が設置され、今年から活動を開始したんだよ。同センターのミッションは、「中小・ベンチャー企業の知財活用を促進してグローバル展開に貢献する」ことなんだ。

銀：でも既に政府や各種団体が中小企業の知財支援策をたくさんやっていますやん。「中小企業センター」でしかできないことって何かありませんの？

高：それを説明するには、従来の中小企業支援ステップをMPDPで考えてみよう。

銀：まずはマーケティング……っちゅうことは、中小企業のニーズを広く収集することだな。

ウ：それも声なき声の、潜在的なニーズが重要やね。

高：そのとおり！ さすが分かってきてるね。

銀・ウ：MPDPダイアリー読んでますから～（*^^）v

高：中小企業の潜在ニーズが得られたら、次は政策のコアとなる骨格を研究し、必要であれば法案をつくる。これがP（パテント）のプロセスに近いね。

銀：なるほど、きっちり法制化しておくわけだな。

ウ：次に政策の詳細設計が必要になってくるから、これはD（デザイン）のプロセスやんね！

銀：最後に、完成した施策を中小企業に伝え、活用してもらうためのP（プロモーション）ですわ！

高：ホラ、ちゃんとMPDPになっているだろう？

ウ：ホンマや～。感動ですわ！

銀：従来の中小企業支援は、このMPDPのステップのうち、どこかがうまく回ってないってことですか？

高：P（パテント）とD（デザイン）は関係省庁がきっちりと策定するから問題はないんだが……。

ウ：ほんなら最初のM（マーケティング）でっか？

銀：それと最後のP（プロモーション）でっか？

高：そう、中小企業の声を政府が吸い上げ、施策を中小企業に届けるという、情報の「上り」と「下り」がうまく流れていないんだ。

銀：コミュニケーションが悪かったら、ナンボええ政策を立案したかて効果は薄いでんな……。原因はやっぱりアノ「2階から目薬」でっか？

ウ：目薬ちゃうわ！ ビールや！

高：知財に関するアンケートでは何を聞かれているかがよく分からない。政府の支援策についても、メリットを理解できない。私自身がまさにそうだった。

銀：「中小企業センター」やったらどうなりまんの？

高：知財技能士の資格を持っている中小企業の経営者や社員が全国で数千人もいる。同センターではこれらの知財技能士に対してアンケート調査を行うことができる。これが大きな強みなんだよ。

ウ：なるほど、知財技能士やったらアンケートで聞かれている内容は十分理解できますな。

銀：だから質の高いアンケート結果になるんやね。

高：また政府の支援策も、知財技能士を通じて分かりやすく経営層に伝えられると期待されているんだ。

ウ：ボトルネックとなっていたコミュニケーションの問題が解決できれば中小企業支援が実を結びますな！

高：まだまだ船出したばかりですので、皆さまのご理解とご協力をよろしくお願いいたします。

銀・ウ：高崎船長、センター長！ ガンバレ～（*^_^*）！