



® 平成 29 年 5 月 9 日 (火)

No. 14439 1部370円(税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会

東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)

郵便番号 104-0061

[電話] 03-3535-3052

[FAX] 03-3567-4671

近畿本部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4

(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <http://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

- 知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆成長戦略に必要な経営理論《知財版》③⑧… (1)

☆[随筆] 在宅勤務の時代…………… (8)

成長戦略に必要な経営理論《知財版》③⑧

もし知財人財が“戦略的思考”をもって 世界を見たならば(その2)

正林国際特許商標事務所

所長弁理士 正林 真之

1. はじめに

ー再び、ドラッカーからー

「間違った問題に対する正しい答えほど、実りが無いだけではなく、害を与えるものは無い」というのは、あのP. F. ドラッカーが「マネジメント」の中で述べている有名な言葉である。確かに、もし前提となる問題が間違っていたならば、その解き方

が正しければ正しいほど、答えは間違ったものになる。

少しばかり抽象的で分かり難いところがあるので、具体的な事例に落とせば、「売り上げ減少が起こった」として、「では、あなたの会社は一体何を売っているのか?!」という問いかけがなされた場合である。より具体的に言えば、例えば、もしソフトバン



知的財産ビジネス支援の専門職集団 特許業務法人 太陽国際特許事務所

所長・弁理士・博士(工学) 中島 淳

【機械建築担当弁理士】
福田 浩志(副所長)
清武 史郎*
堀江 千鶴*
坂手 英博*
針間 成一*
田嶋 淳一*
永高 尚浩*
河野 元浩*
内田 英明*
中村 和敬*
江口 優子*
御橋 敏範*
上野 正博*
本合 孝治

加藤 雅嗣
大塚 映美
横山 達也
佐伯 秀行
石田 理*
竹山 宏規*
山島 明*
長谷川 洋*
黒田 道*
北口 智英
土屋 勝
【電気電子担当弁理士】
加藤 和詳(副所長)
瀬瀬 尚幸*
美濃 好美*

佐久間 顕治*
小早川 千佳子
山口 真紀*
山古 奈奈*
宮本 治彦*
大松 崎明子*
木村 直樹*
畠山 明和*
小林 幸和*
田中 宏明*
益子 達也*
森 雄治郎
庄一

【化学材料担当弁理士】
西元 勝一*
上條 由紀子*
下田 津子*
小林 美貴*
田設 修一*
西山 崇*
早瀬 貴介*
長野 みか*
前嶋 恒夫*
有村 昌大*
近藤 和貴*
前田 知也*
小杉 知也*
野口 恭弘

【バイオ医薬担当弁理士】
山極 美穂*
渡邊 裕子*
中川 影子*
村尾 招子*
桐内 優子*
宮澤 優子*
長崎 さなえ*
森高 知愛*
高橋 正
【商標意匠担当弁理士】
関島 昌子*
樋熊 美智子*
高橋 史保子*
野崎 彩子*
羽鳥 慎也

【米国特許弁護士】
シェルドン・モス
チャド・ヘリング
【中国弁理士】
董 昭
崔 成哲
【韓国弁理士】
金 峻河
【弁理士】
中野 浩和

*特定侵害訴訟代理業務付記

東京本部：〒160-0022 東京都新宿区新宿4丁目3番17号
電話 (03) 3357-5171 (代表) ファクシミリ (03) 3357-5180 (代表)
<http://www.taiyo-nk.co.jp> 相談・連絡用E-mail: info@taiyo-nk.co.jp
USオフィス：米国バーヂニア州

クという会社が、自分は「ソフトウェアを売る会社だ」とだけ思っていたとしたら、今のソフトバンクは存在しない。

これに関し、今の若者に「ソフトバンクって、何の会社?！」と尋ねれば、ほぼ例外なく「携帯電話の会社でしょう?！」という答えが返ってくるであろうが、多少の齢をかさねた方々であれば、ソフトバンクという会社が実際に、その名の示す如く、ソフトウェアのパッケージ商品を売っていたことを知っているはずである。事実、「ソフトバンク」という会社名それ自体が、ソフトウェアを売る会社であろうことを示している。けれども、当のソフトバンクは、自分自身を「単なるソフトウェア販売業者」であるとは思っていなかった。

もしソフトバンクが、自分自身を「単なるソフトウェア販売業者」であると思っていたとしたら、パッケージソフトウェアの売り上げが低迷したときには、ソフトウェアの営業強化キャンペーンを大々的にうったであろうし、あるいはソフトウェアの安売り競争に走っていたかもしれない。けれどもソフトバンクは、そうはしなかった。それは、この会社の経営ポリシーが「情報革命で人々を幸せに」というものであり、そのビジョン(将来構想)は「『世界の人々から最も必要とされる企業グループ』を目指して」というものだったからである¹。

この会社の経営ポリシーが「情報革命で人々を幸せに」というものである以上、何もソフトウェアに拘る必要はない。「情報革命で人々を幸せに」できるものは、何も「世の中に役立つ有用なソフトウェア」だけではない。むしろ、「世の中に役立つ有用なソフトウェア」というのは、「情報革命で人々を幸せに」するための一つの手段(ないしは道具)に過ぎない。

実際、ソフトバンクは、いわゆる“祖業”であるはずのソフトウェア販売をいとも簡単に捨て去り、長距離電話の電話会社を自在に選ぶシステムから、携帯電話の会社へと変遷していく。このあたりが、いつまでも“祖業”に拘り続けるカネボウを初めとする多くの日本企業あたりと大きく違うところである。

けれども、ソフトバンクが自らを「ソフトウェア販売事業者」と位置付け、ソフトウェアの販売量が頭打ちになってきたときに、「ソフトウェア販売事

業者として、このソフトウェアの販売量の不振に対して、どう対処するのか?！」と考え始めていたとしたら、それはまさに、冒頭のドラッカー氏の「間違った問題に対する正しい答えほど、実りが無いだけでなく、害を与えるものは無い」ということになる。

繰り返しになるが、もしソフトバンクが自らを「ソフトウェア販売事業者」と位置付けて考えていたのであれば、ソフトウェアの営業強化キャンペーンを大々的にうったであろうし、あるいはソフトウェアの安売り競争に走っていたかもしれない。それは、「ソフトウェア販売事業者として、このソフトウェアの販売量の不振に対して、どう対処するのか?！」という問題に対する「正しい答え」の一つだからである。

けれども、これまた繰り返しになるが、「間違った問題に対する正しい答えほど、実りが無いだけでなく、害を与えるものは無い」。したがって、もしソフトバンクが自らを「ソフトウェア販売事業者」と位置付けて考えていたのであれば、ほぼ絶対的に、今のソフトバンクは存在しないことになる。今のソフトバンクがあるのは、「間違った問題」に対する対処をしなかったからであり、言い換えれば、「正しい問題」に対する対処を適切にしたからである。

ソフトウェアの販売量の不振に対して、経営理念が「情報革命で人々を幸せに」という会社であれば、いったい何を考えるのか。しかもそのビジョン(将来構想)は「『世界の人々から最も必要とされる企業グループ』を目指して」というものである。こういった会社であれば、祖業は祖業として、情報革命で人々を幸せにできるソフトウェア以外のもの考えることができる。

とはいえ、「間違った問題に対する正しい答えほど、実りが無いだけでなく、害を与えるものは無い」という現象は、実は、皆さんの周りで、そこかしこに見られるのではないだろうか。

2. 再び、大塚家具の事例

上記の「はじめに」を読んだだけで、賢明なる特許ニュースの読者の皆さんであればこそ、もう、企業知財部であろうと特許事務所であろうと、要は、「出願権利化」(ありていに言ってしまうと、「特許