

企業経営に資する知的財産契約

技術シーズと市場を繋ぐ契約対応

—技術シーズと市場を繋ぐ対応としては契約が重要である—



青山学院大学法学部特別招聘教授
石田 正泰

目次

はじめに

1. 技術シーズ・イノベーションの位置づけ
2. 知的財産化された技術シーズの経営戦略上の価値評価要素
3. 技術シーズと市場を繋ぐ対応の考え方
4. 技術シーズと市場を繋ぐ要素・具体的施策
5. 技術シーズと市場を繋ぐ契約事例
6. 技術シーズと市場を繋ぐ対応の成功要因
7. 技術シーズと市場を繋ぐ今後の展開

まとめ

はじめに

近年教育基本法、学校教育法の改正により、大学の使命として、教育、研究に加えて「社会貢献」が加えられたことにより、大学の研究成果を社会還元する、大学発新産業創出等が期待されている。その場合には、ニーズとシーズの状況を考慮して、技術シーズと市場を繋ぐ具体的・総合政策的ビジネスモデルを考慮した知的財産の戦略的活用策が有益であると考えられる。

また、知的財産基本法第8条に「事業者は、…当該事業者若しくは他の事業者が創造した知的財産又は大学等で創造された知的財産の積極的な活用を図る…ものとする。」と規定しており、そのためには、国、大学、事業者等が産学官連携を積極的に展開する必要がある（知的財産基本法第9条）。さらに、昨今においては、日本再生のためには、新たな知的財産戦略が必要不可欠であり、新たな知的財産戦略としては、技術シーズと市場を繋ぐ具体的・総合政策的ビジネスモデルを考慮した知的財産の戦略的活用策が有益であると考えられる。要は、企業の持続的発展、競争力の観点から、また、イノベーション促進の観点から大学発新産業創出等が期待され、そのため

には新たな知的財産戦略が期待され、その中で技術シーズと市場を繋ぐ具体的・総合政策的ビジネスモデルを考慮した知的財産の戦略的活用策が課題であり、有益視される。

1. 技術シーズ・イノベーションの位置づけ

一般的に、企業経営における基本理念は持続的発展である。そのためには、効率よいイノベーション（Innovation）、すなわち、技術革新または創新活動が必要不可欠である。イノベーションは技術革新のみではなく、システム、仕組み等広く創新と把握すべきであり、企業が独立事業体であるが故にオリジナルイノベーションが基本で、持続的発展にはオリジナルイノベーションが必須である。一般的にイノベーションの結果・成果は技術シーズの形に帰結する。なお、技術シーズは適切に知的財産化することによって、企業経営上の実効性が期待できる。

昨今の経済・産業、文化の現状は、知的財産の創出、活用の観点からも、イノベーションについてはオープンイノベーション（Open Innovation）が強く期待され、キーワードとなっている。特に、技術シーズと市場を繋ぐ具体的な諸施策においては、オープンイノベーションが重要で、イノベーションの効率化の補完的、手段的位置づけである。

オープンイノベーション対応は、知的財産がインフラであり、必要不可欠である。すなわち、知的財産の存在により、①安心してオープン対応が可能であり、②客観的評価要素となり、③競争優位が確保できるからである。勿論、無防備なオープンイノベーションは論外であり、法制度活用的、戦略的知的財産契約対応が必要不可欠なことである。オープンイノベーションは知的財産契約、特に、戦略的知的財産契約が必要不可欠であり、それによって、その実効性が期待される。オープンイノベーションと知的財産契約を検討する場合のキーワードは次のものである。

- ① 時間を買う：研究開発委託、技術購入、アウトソーシング
- ② パートナーとの相互補完：共同研究開発、クロスライセンス、産学官連携重視の時代、特許法第73条の特約（中国特許法15条参照）
- ③ 知的財産ポートフォリオ：ライセンス、改良の取扱、不爭義務、競合忌避
- ④ ライセンシング：ライセンス契約の評価…自方、相手方、社会（独占禁止法等）
- ⑤ 新しい事業の創出：技術提携、ジョイントベンチャー、産学官連携、M&A
- ⑥ フェアユース：リバースエンジニアリング、公正競争の促進
- ⑦ 事業の切り出し：スピニアウト、スピノフ、カーブアウト

2. 知的財産化された技術シーズの経営戦略上の価値評価要素

経営戦略における、目に見えない経営資源としての技術シーズ、知的財産の戦略的活用においては、企業経営における価値評価が前提となる。そして、知的財産の価値評価は、いろいろの観点から必要となる。

技術シーズ、知的財産の企業経営上の価値評価は、経営目的に直接寄与する形での内容である。すなわち、企業活動における競争優位を確立するものである。具体的には、企業の基本方針、経営環境等によってその重点は必ずしも不変的ではないが、権利自体、技術的優位性、市場性、経営寄与の4つの価値評価要素を挙げることができる。