

知財パラダイム革命 ②

知財幻想から覚醒するための善知識

一般社団法人 知財ブランド協会(SIR) 会長(兼理事) 玉井 誠一郎 先生

知識が価値の源泉になる知識経済社会が到来した。今日ではインターネットにより誰でも専門情報を入力できる時代になった。この状況下における価値ある知識や知財について論じます。

第2回 知識経済社会における知識の価値

知識経済社会の到来

P・F・ドラッカーは、1969年に著した『断絶の時代』において、過去のパラダイム(規範)とは異なる4つの地殻変動(不連続)断絶を提示した。第1の断絶は、自然科学や人文科学の境界が消失しこれら知識の全体系から新技術や新産業が生まれること。この新技術は多くの分野でイノベーションを促進し、起業家の時代になること。第2の断絶は、グローバル経済の出現で、経済政策は国家を前提としているものの、情報はその国境を越えて同一のニーズを生み世界は単一市場になること。第3の断絶は、社会が多元化してその構成組織は互いに依存しあう共生関係を形成すること。会社にも質的变化が生じ多くの専門組織が生まれマネジメントが促進されること。最も重要な第4の断絶は、知識が経済基盤になり、知識の生産性こそが競争

力の源泉となる知識経済社会へ移行するとした。そして彼のいうパラダイムシフト社会は到来したのである！

知的資本とその特徴

企業の市場価値(株式時価総額)は、図1に示すように、金融資本(有形資本)と知的資本(無形資本)から構成される。米国の調査によれば、近年の30年間を見ると、市場価値に占める知的資本の比率が金融資本を大きく逆転し、市場価値を上げるには知的資本の増強が求められる時代になってきた。

知的資本は、人の知識や能力等の人的資本と知財や組織マネジメント等の組織資本とブランド価値やパートナーとの結合度等の外部資本とから構成され、互いに相乗関係を持ち学習によって高められる。特に人的資本は、組織資本や外部資本を生み出す源として最も重要で、価値の創造や教育により知を増殖さ

価値ある知識とは

インターネットが普及した現在では誰もが容易に専門情報を入力できる時代になった。しかし公開情報は、成功を保証するものではなく単なる可能性であって、稀少性と有用性の関数である価値の定義からしても、この情報の価値は低いと考えられる。ドラッカーのいう知識とは、このような情報ではなく、情報を活用して目的に沿った判断や情報を調理する知的能力(知能のこと)をいう。例えば、経営判断や医者診断・手術や商品製品・サービスを開発して提供する技術や技能等を指す。

一方、知財のように法的に保護され商品に使用された情報も、独占権を持って商品価値を形成できることから価値ある知識に属すると考えられる。つまり価値

知的資本の価値評価に対する考え方

知的資本の価値は、株式時価総額の中の株価プレミアムと呼ばれる市場によるファジーな値付けとされる。従来からこの価値評価のあり方について種々研究されてきたが未だ決定打は無い状況にある。

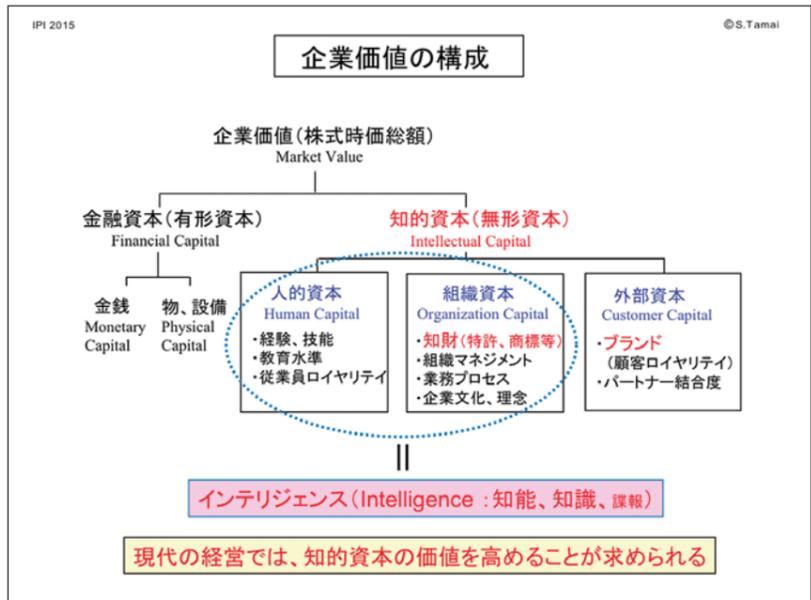


図1 企業価値の構成

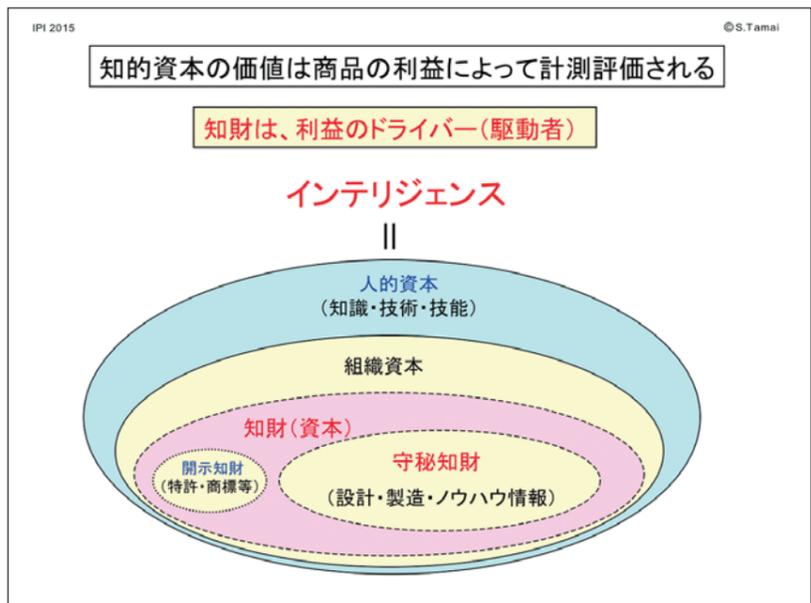


図2 知的資本の価値は利益によって計測評価される

筆者は、この評価問題について市場の美人投資的なプレミアム評価ではなく、あくまで商品を中心とする企業の売上げや利益に基づく実体的な計測評価にすべきであると考えられる。そのために、事業活動は知的資本を経済価値に転換するプロセスであると定義して、その生産性である付加価値(売上-外部購入費+利益+人件費+賃料+減価償却費+税)に着目し、知的資本の価値を付加価値によって計測することを提案したい。

付加価値の中身を見ると、利益以外はすべてコストとして計算できるので、知的資本の価値は利益をもって計測できると考えられる。利益には、非独占的利益と独占的利益の2種類があり、前者は通常の事業努力等により得た利益、後者は知財による利益である。そして図2に示すように独占的利益を得る知財には、特許やブランド価値の象徴としての商標等に関する開示知財と、仕入れ情報、設計製造情報、販売情報等に関する秘密情

報として管理保護する守秘知財の2種類がある。ここで前述の『能力としての知識』は、いわゆる暗黙知に属しその計測は困難とされるが、これを含む知的資本の価値は利益として計測できる。この暗黙知についても法的保護を受けるためには文書化や契約等による知財化が必要になる。このように価値ある知識は知財化された知識に集約され、知財こそが利益のドライバー(駆動者)になる。

従来から知財の利益への寄与度として、利益3分法や25%ルールの考えがあったが、今後はそのようなファジーな評価法ではなく、商品の顧客価値を提供する知財を真の利益ドライバー(駆動者)として、それ以外の営業努力とか製造のがんばり等は、この顧客価値に直接寄与しない非独占的利益もしくはコストに属するものとして考えるべきである。

図2は、知的資本のうち利益に直接関係するのは、商品の品質・機能性使用やすさ・デザイン・コスト力に関係する守秘知財や開示知財に担保されたものであることや組織資本と人的資本の包含関係を示したものである。

利益は、企業が自由に設定できるが、市場フィードバックにより均衡値に落ち着く。従来の利益設定は、費用に数%程度を上乗せするパラダイムであった。今後は、知財視点から設定するパラダイムに変革すること、すなわち顧客価値を形成するものが開示知財であれば排他的独占利益、守秘知財なら防衛的独占利益として適切に上乗せすべきである。

以上から、知識経済社会においては、利益の無い商品や事業は、知財価値や知財マネジメント能力が0を意味し、存在意義は無く生き残れないのは自明の理である。(以上)