

論文 / 著書情報
Article / Book Information

論題(和文)	知財見聞録, タイに誕生した知財コンサルティング企業IDGの成功モデル
Title(English)	
著者(和文)	田中義敏
Authors(English)	Yoshitoshi Tanaka
出典(和文)	発明, Vol. 114, No. 9, pp. 28-29
Citation(English)	, Vol. 114, No. 9, pp. 28-29
発行日 / Pub. date	2017, 9



知財見聞録

タイに誕生した知財コンサルティング企業IDGの成功モデル

東京工業大学 工学院 経営工学系・経営工学コース 教授 田中 義敏

卒業生による起業

昨年9月に、Intellectual Design Group Co., Ltd. (IDG) のお招きで、バンコク郊外のサイエンスパーク地域で開催された講演会に出かけてきた。

IDG創業者は、筆者の研究室の大学院修士課程修了生で、2010年に卒業後、母国のタイに戻っていた。帰国後しばらくの間、同国でランキング1位といわれるチュラロンコン大学の知的財産研究所に勤務し、2015年に自らの知的財産コンサルティング会社IDGをバンコクに設立した。

当初は、彼の事業が成功するか心配で遠くから見守っていたが、ここ2年半ほどで約20人を擁するコンサルティング事務所に成長している。この成功モデルについては後述するが、まずは、IDGの概要を紹介しよう。

成長する知財コンサルティングIDGの概要

IDGは、製品とブランドの設計、保護ならびに商業化に特化した革新的なコンサルティング会社で、社内のデザイナー、弁理士、エンジニアで構成される専門家チームが、顧客のアイデアを最高の製品やサービスに設計する手助けをしている。

そして、その過程で創造された知的財産の保護および商業化を効果的に支援することが企業ビジョンに掲げられている。このビジョンを達成するため

にIDGが提供する統合サービスシステムは、あらゆる知的財産の課題を処理し、最良のソリューションを実現することを目指している。企業目標を簡単に表現すると以下のとおりである。

製品とサービスの設計

- ・ブランドの特性とビジネスアイデンティティの設計
- ・ブランド保護のための商標の設計
- ・特許情報を用いた製品の設計

知的財産保護

- ・発明および意匠の保護、登録
- ・ブランドの保護、商標登録
- ・知的財産権侵害の防止
- ・知的財産権法のコンサルティング

商業化

- ・技術移転
- ・ブランドの普及と拡大
- ・ブランドと製品の商品化戦略の分析とコンサルティング

いかに顧客をつかみ、その製品やサービスの設計に関与していくかという点がIDGにとって最大の課題であるが、その一つの対策として、公開セミナー、研修、相談会等のイベントを頻繁に計画・実施していることが挙げられる。筆者が講演に招かれたのもその一環であろう。

事務所の活動を会社の成長戦略につなげる

2016年9月15日、RICHMOND HOTEL RATTANATHIBETにおいて、近隣のサイエンスパークに入居している企業を招待し、“Aligning IP Strategy with Business Objectives for Maximum Growth”（成長を最大化するための事業目標と知的財産戦略の連携）と題するセミナーを開催した。この催しは、サイエンスパーク内にIDGの第2事務

受け身にならず、外に働き掛ける

企業ビジョンと目標から一見して分かることは、顧客からの依頼に基づいて知的財産の権利化の手続きをするのではなく、顧客のアイデアを最高の製品やサービスに設計し、知的財産を保護し、商業化のための事業戦略を提案していくことが会社の業務の中核になっていることである。その点で、いわゆる特許事務所ではなく、知的財産コンサルティング企業としての事業ドメインを確立してきている。



筆者の講演

所を開設するにあたって、それを宣伝する意義を持つものでもあった。

セミナーは、タイのPajchima Tanasanti元・知的財産局長の講演から始まり、筆者とIDG創業者のVeravej Guy Ornthanalai氏の計3名が登壇して、午前9時から午後5時まで行われた。この開設PRセミナーをきっかけとして、IDGの第2事務所は、各技術分野の常駐専門家にクライアントが日常的に相談に訪れるコンサルティング企業として発展している。

発展途上国企業を顧客として捉える

もう一つの特徴は、先進国企業をクライアントとするのではなく、タイも含めたASEAN地域の発展途上国企業をクライアントにして、その成長を支援していくという考えである。



元・知的財産局長Pajchima Tanasanti氏と

日本では1960年代から80年代にかけて急激な特許出願数増加の時代があった。そのころに特許事務所の発展を支えた要因の一つは、日本市場進出を目標とした先進国企業からの旺盛な特許出願であり、いわゆる「外内」の出願を扱っていた大手特許事務所が大変な成長を遂げた。現在は、国内出願は減少に転じ、むしろ日本企業が海外への特許出願を増加させている時代である。すなわち「内外」の時代がやってきている。

タイは、日本と比べるとまだ遅れているという感覚を持っている方も多いと思うが、タイ企業の成長と海外進出は急速に進んでおり、同国も近いうちに内外の時代になると推測する。IDGの発展途上国企業を第一の顧客と考える方針は、先を読んだ経営戦略であるように感じるところである。



IDG創業者Veravej Guy Ornthanalai氏

IDGの成功モデル

全て詳しく解説することはできなかったが、ここでIDGの成功モデルをまとめると以下になるだろう。

1. 顧客をつかむための各種の活動を惜しみなく提供していく。
2. 顧客のための教育、情報提供、コンサルティング等のイベントを開催していく。
3. 受け身であってはならず、常に外に働き掛けていく。
4. 顧客のアイデアを最高の製品やサービスに作り上げていく作業と、知的財産保護および商業化を連携させる。
5. 知的財産を商業化するための知財経営戦略を提供していく。
6. 発展途上国企業等、これから成長する顧客へ目を向ける。
7. サイエンスパーク内等の顧客に近い場所に事務所を設置する。
8. 内外の出願を考え、外国出願に対応できる能力を強化していく。
9. ASEAN地域等に海外支店を開設していく。

以上、筆者がIDGを観察し、これまでに実感した成功要因を分析してみた。あくまでも筆者個人の^{えんえん}演繹的推論として捉えておいてほしいが、今後の日本の特許事務所の在り方を考えるうえでの一つの参考にしてもらえると幸いである。