

特許情報による  
“株式投資”の新・成功方程式

***Patent Information***  
***For Victory***

～「知財」から、企業の“未来”を手に入れる！～

はじめに

# 99%の人が知らない、 「特許情報」の活用法とは？

はじめまして。TechnoProducer株式会社（テクノプロデューサー）代表の楠浦崇央くすうらなかひさです。

TechnoProducerは、“勝てる”知財戦略の立案や新規事業創出の実働支援と人材教育サービスである「発明塾」を手掛けている会社で、僕はその塾長でもあります。

弊社についてまったくご存じない方のために簡単に説明させていただくと、「発明塾」では、顧客企業の担当者とともに、特許情報を活用し、新たな事業機会を見つける活動を行っています。また、「技術マーケティング」と呼ばれる技術の新用途探索も行っています。

ここで用いている手法は、2006年から2007年にかけて、僕が前職のナノテクスタートアップでCTO兼事業責任者をしていたときに独自に生み出したものです。

昨今は、経営や事業に知財情報を役立てるための活動を「IPランドスケープ」と呼ぶことがありますが、その原型にあたるものだと自負しています。

さて、本書のテーマでもある知財・新規事業と投資についてですが、ここに何の関係があるのか、と思われた方も多いでしょう。

詳細は後ほど紹介しますが、弊社は現在、投資信託を運用する企業向

けに「特許が読める投資アナリスト」育成のための「発明塾」も開催しています。

実は企業や事業の価値を評価する上で、知財や特許の話は避けて通れない時代になっているんですね。

特許には、企業の過去から現在までの発明やイノベーションの歴史が書かれています。

つまり、技術開発や事業開発の動向、および、今後どのような事業を行おうとしているか、がわかる非常に貴重な情報なんです。

従って特許は、企業の知財活動の全貌や企業の実態がわかるすぐれた情報源で、うまく読み解けば「未来」も予測できます。

要するに、知財や特許って、技術開発や新規事業の創出だけでなく、投資にも大変役立つ情報なんだ、ということです。

新規事業と知財に関して、僕は2021年に『新規事業を量産する知財戦略 未来を預言するアイデアで市場を独占しよう！』を上梓し、新規事業創出に関する発明塾の手法と発明創出の実例を詳細に紹介しています。

こちらは、出版社を通さない完全自主出版で、宣伝らしい宣伝をしていないにもかかわらず、知財関連の書籍としては異例の大ヒットになり、個人の方から企業の経営者の方まで、新規事業や知財にかかわる方を中心に大きな反響をいただきました。

このように知財×新規事業は、大きな流れになってきました。

そこで次に僕が目をつけているのが、知財×投資なんですね。

特許情報は、すでに一部の投資アナリストは使いこなし始めていて、投資のプロが認めている重要な情報源となっています。

そこで、ちょっと遊び感覚で、AIに「特許情報は投資に役立つんですか？」と聞いてみたら、「特許情報は企業と投資家を結ぶ重要な要素とされています」という答えが返ってきました。ついに、投資における特許情報の重要性をAIも認めているんです。もう、そういう時代なんですね。

しかもAIは、「みんなが知っている情報を読んでいても他の人には勝てない。これはアナリストには常識で、プラス $\alpha$ のリターンを得るにはどうしたらいいか」といって、他の人が使っていない情報を取ればいいんじゃないか。その中で、知的財産の価値が認識されるにつれて特許情報の重要性は高まっている」という追加のコメントまでくれました。

真面目な話に戻りましょう（笑）。特許情報がどう役立つか、投資のプロの意見は具体的にどういう感じなのか、気になりますよね。

特許情報の「強み」について、本書の「特別対談①」で対談をさせていただいた金融業界アナリストの方が、「その企業がどういう課題を解決しようとする技術を持っている、それぞれの技術がどの製品やサービスに結びついているのか、わかる」とおっしゃっています。同時に、企業のIR部門へのヒアリングだけでは

「企業側の主張」に終始してしまう、「本当のところ」がわからない、ともコメントされています。「客観性」

「透明性」がある情報源の一つとして、一部のプロが活用し始めているのが、特許情報だとお考えください。投資において、いま最も熱い情報源の一つが特許なんだ、とお考えいただいても結構です。

## 特許から企業の本当の姿と、 企業の未来が見える

僕が、「特許情報って投資に役立つんじゃないか」と気づいたのは、2008年にTechnoProducer株式会社を創業して間もない頃です。

当時、営業活動の一環として、弊社の顧客になっていただいただけそうな企業を探すために、スタッフを1名つけて毎日のように特許分析を行っていました。「安定的に成長できる仕組みがある企業にお客様になっていただければ、弊社も安定的に成長できるんじゃないか」という仮説を立てていたのですが、よく考えたら、「そういう企業は投資先としても頼もしいのではないか」とふと思ったんですね。

また弊社は「新規事業」の創出支援を業務にしていますので、「安定的に成長できる仕組みや事業を新たにつくりたい」という企業様からの依頼も多くあります。

その場合、「今は安定的に成長できる基盤がない、でも変えていきたい」というご要望にお応えできるよう、「安定的に成長できる基盤ができている企業は、何が違うのか」を調べておく必要があります。

そうして創業当初から数年間、業界のトップ企業を中心にさまざまな企業について調査を行ってきた結果、「何が違うのか」について、一定の答えが見えてきました。

皆さん意外に思われるのですが、特許からちゃんとわかるんですね。

本編で紹介していますのでお楽しみください。きっと皆さん、本書を読み終えたころには、特許が読みたくなるでしょう。

もちろん今も、僕は毎日特許を調べて読んでいます。それは「企業内

発明塾」での新規事業創出支援のためであったり、投資ファンドからの依頼で企業の活動を調べるためであったり、まだあまり知られていない面白そうな企業や技術を見つけて、皆さんにメルマガやセミナーで情報発信するためであったりと、目的は千差万別です。

目的によって読み方は大きく変わります。弊社は創業当初は、特許調査・分析の受託サービスを主な業務にしていたので、特許出願前の予備調査、特許権侵害の確認、特許を無効にするための資料探し、技術の用途探索や銀行の融資先企業の技術力評価など、さまざまな目的の特許調査や特許分析を受託し、文字通り朝から晩まで、世界中の企業の特許を読み漁っていました。

それらすべてが現在、底力と将来性のある企業を見極めることに役立っています。まさに「継続は力」ですね。

最近、投資家の方から「A社について調べたいのですが……」とお話をいただいて、「ああ、あそこは15年前に比べると知財戦略がかなり変化しているので、最近はなかなか頼もしいですね」などと即答（笑）するような例も増えてきました。何事もそうだと思いますが、ずっと見ているかどうかで意外に効いてきますよね。

特許情報を長く見ていると、企業の戦略の変化も肌で感じられるようになるんです。

ただ、特許を読んだことがある方は感じていると思いますが、普通に読むとただ技術のことが「読みづらく」書いてある文書です。

特許に書いてあるのは「権利になった（権利になる前の）発明」なので、基本的には技術情報であり、権利情報です。投資機会を発掘するに

は、書かれている技術情報や権利情報から、企業の戦略や現場で行われている事業活動、研究開発活動などを読み取っていく必要があります。

そこがまさに、この後紹介する「僕なりの」特許分析の方法なんですね。

本書では、特許情報がなぜ投資に役立つのか、から始めて、特許の読み方、特許の強さの評価法、特許情報から企業活動を読み解く方法、実際に特許情報から企業活動を読み解いた事例など、僕のこれまでの蓄積や普段仕事で使っている情報分析の手法を、あますところなく紹介します。

特許ってすごいものだ、特許が取れる技術は非常に高度で難しい技術だ、というイメージが先行して、特許と聞くと身構えてしまう方もいるかもしれません。技術情報と権利情報だ、とか言われると、なおさら難しそうですね。

従って本書では、できるだけ専門用語を排除して、平易な言葉で解説することを心掛けました。専門家からは苦情がくるかもしれませんが、それを承知の上で、特許や知財に興味はあるけど明るくない、という方が読み進められるようにしてあります。

読んでいけば、少しずつ知識はついてきますので、

「易から難へ」の定石通り、後ろにいくと、少しかみ応えのある事例をいくつか入れています。

投資家にも、いろいろな方がいらっしゃいます。どんな投資家の方でも、特許について関心がある方なら、得るものがあるとは思いますが、

特に「長期」で企業の株式を保有しようという方には、本書で紹介している手法や事例は役立つと考えています。

また、投資ファンドのファンドマネージャーやアナリストの方はもちろんですが、いわゆる「個人」の投資家の方にも、ぜひお読みいただきたいと考えて執筆しました。

例えば、企業にお勤めの方は、普段は企業で働きながら、「中から」その企業を見ているわけです。それを「特許」を通じて外から見ると、どう見えるか。ある種、「答え合わせ」ができる立場にいるわけですから、本書で紹介する手法を「検証」しながら身につけるには、絶好のポジションにいらっしゃるわけです。ある種、私より有利な立場におられるわけですね（笑）。

ぜひご活用いただき、公私の両面、つまり、「仕事」と「資産形成」の両方に役立てていただければ嬉しいです。

## **知財と投資。**

### **時代の最先端から未来に投資する**

本書を手にとっていただいた方の中には、「特許」「知財」に関心があるが、投資にはさほど興味はない、という方もいらっしゃるでしょう。まったく問題ありません。

実は、過去の僕はもっとひどい状態で、2004年までは「特許」にも「投資」にも興味も知識もありませんでした。2004年にスタートアップを設立して、まず特許について「取り組まざるを得ない」状態になり、オン・ザ・ジョブといえは聞こえがいいですが、要するに「泥縄」で勉強した

ものです。

僕が「投資」「投資家」を意識し始めたのは、TechnoProducer株式会社の前、「ナノインプリント」というナノテクノロジー（ナノテク）の事業化を行うスタートアップ企業を経営していたときです。

ナノインプリントは、最先端の半導体製造技術として特に最近注目を集めていますが、当時はまだまだ未熟な技術で、それを承知で投資してもらえそうな投資家を回って、資金集めに奔走していました。いわゆる「ベンチャーキャピタル」といわれる、スタートアップに投資する投資家との出会いが、最初だったわけですね。

企業や技術としては未熟な段階でも、そこに価値を見出す人がいる。未熟な段階の技術って、要するに「知財」なんですよね。まだ確実に売れるものはないわけですから、技術という知識の塊（知財）の「可能性」に投資するわけです。「お金出してください！」ってお願いしておいて言うのもなんですが、すごい人たちがいるもんだな、と思いました（笑）。

世の中には多様な投資家がいること、そして、「知財」つまり「今ではなく未来」「売上ではなく可能性」を特に重視する投資家の思考回路を学んだのが、この時代でした。

その後、TechnoProducer株式会社を設立する際に、ある投資家の紹介で「Intellectual Ventures」というマイクロソフトのOBが立ち上げた発明投資ファンドと取引をすることになりました。その取引とは、「発明家契約」です。なんか怪しいですね（笑）。

実際には、投資ファンドが毎月公表する「投資テーマ」（発明テーマ）に沿って発明を提案し、採用されたら一時金がもらえ、事業化されたらライセンスフィーがもらえる、という「巨大なアイデアコンテスト」のようなものです。でも、口が悪い方は「お前たちは、“青い目の投資家”に頭脳を売り渡しているのか、けしからん！」なんて言っていましたね（笑）。悪魔に魂を売り渡した奴、くらいの言われようでした。当時の弊社活動は、知財業界ではかなり議論を呼び、バッシングも受けました。おかげ様（笑）で、TVの特集で活動が取りあげられた他、僕とメンバーが発明に取り組む様子が『知財の利回り』（岸 宣仁 著、東洋経済新報社）で紹介されました。岸先生は当初、「頭脳の利回り」というタイトルにしたかったそうです。僕もそのタイトルのほうがシックリくるなと思いました。

知財は、頭脳の利回りなんです。僕が投資ファンドに売っていたのは「知財」であり「頭脳の利回り（利息）」であって、頭脳そのものではありません。そして、その「利息」がさらに「利息」を生む。これが投資の世界なんだと理解しました。

アインシュタインが「人類最大の発明」だと称賛したといわれる「複利」の話ですね。

僕は「青い目の発明投資家」との取引を通じて、世界の最先端にいる投資家に何が見えているか、正確に言うと、今後世の中がどのように変化していくと投資家が予測しているか、を学びました。

「発明」「知財」に投資するわけですから、彼らは「未来」しか見ていません。未来を、どれだけさまざまな角度から「先読み」できるか、

だけが勝負の世界だったわけです。そこに毎日どっぷりと浸りきって、彼らと毎日のようにディスカッションした経験は非常に貴重で、他では得難いものでした。

時には、世界中から集まったトップクラスの研究者や特許弁護士と一緒に、ソウルの高級ホテルに一週間缶詰めにされ（笑）、朝から晩まで、ありとあらゆる技術や事業分野の「未来予測」「先読み」と「発明」に取り組みました。僕にとっては、ある種、夢のような日々だったともいえますね（笑）。

そして、彼らとの5年以上にわたる密度の濃いディスカッションを通じて、僕なりの「先読み」の方法を確立していきました。「知財」「発明」に投資する投資家が「未来をどう見ているか」を記した「発明テーマ」

「投資テーマ」の解説書を毎日毎日読み込んで、「さらにその先」を考えて提案する仕事を朝から晩までやっていれば、誰でもそういう能力は身につきますし、方法も確立できます。

僕は、少なくとも「投資家」との出会いにおいては、非常に運が良かったんですね。投資家に育てていただいた、といっても、言い過ぎではないでしょう。当時の関係者の方々には、感謝しかありません。

本書には、ここまでお話ししたような経緯で僕が投資家と切磋琢磨しながら身につけた、「知財情報」

「特許情報」から未来を見通すノウハウ、いわば「未来に投資する」ためのノウハウが、ぎっしり詰まっています。

何か一つでも実践いただき、皆さんの未来がより良いものになれば、こんなに嬉しいことはありません。

TechnoProducer株式会社 代表取締役CEO

発明塾 塾長

楠浦崇央

## 目次

### はじめに

99%の人が知らない、「特許情報」の活用法とは？ 002

### プロローグ

時代の最先端情報から、“100年企業”を見つけ出す 022

## Chapter 1

# “特許”はインテリジェンス。 なぜ、投資に役立つのか？

**01** ▷ 配当貴族といわれる会社。  
その“知財戦略”を見抜くことで、成長性を予測できる 028

**02** ▷ 企業の「本気度」と「技術的な強み」を  
把握することで、他者より一步先に 044

**03** ▷ 「戦略性」と「課題解決力」。  
これらを特許から読むことでチャンスが広がる 056

**04** ▷ 専門家でなくてもOK。  
知財を知れば、広い目で業界が見られるように 061

**05** ▷ 後発企業の将来性も、  
「知財戦略」「特許戦略」を知ることで推測が可能に 070

## Chapter 2

### 特許でわかること

#### ～書いてあることから知るべきもの～

- 01** ▷ 企業の実力を把握するための「特許」と「IR」。  
まずは、その違いを理解する 076
- 02** ▷ 「技術」「人と組織」「権利」。  
特許の3つの側面に「戦略」視点を加えて 080
- 03** ▷ ここから、企業の「全体像」と  
「イノベーション創出の最前線」が見えてくる 089
- 04** ▷ 読みづらい特許情報も、  
「読み方」を身につけることで、その本質が... 103
- 05** ▷ 「進歩性」と「知財戦略タイプ」？  
この2つが特許を読み解くカギに！ 109

## Chapter 3

### 強い企業・強い技術を見抜け！

#### ～特許情報の読み方～

- 01** ▷ 投資機会につながる特許とは、  
競合会社が嫌がるものと考える 116

<b>02</b> ▷ 把握するべきは「基本特許」と「周辺特許」。 その意味と競争力の関係	130
<b>03</b> ▷ 重要特許をすばやく見つけるには、 「分割出願」と「国際出願」に注目	139
<b>04</b> ▷ 「技術内容=真の強み」を理解する ～朝日インテックの事例から……	150
<b>05</b> ▷ 発明者（キーパーソン）に注目して ～レオン自動機の事例から……	179
<b>06</b> ▷ 競合優位をチェック ～ハーモニック・ドライブ・システムズの事例から……	188
<b>07</b> ▷ “ヒアリング”によって対象企業の本質を ～日進工具の事例から……	197
<b>08</b> ▷ 「強い特許」を知ることで、特許自体に明るくなる ～3Mの事例から……	210
<b>09</b> ▷ 特許件数が少ない企業の評価法 ～グレイステクノロジーの事例から……	219

## Chapter 4

# 実践演習： 「オリンパス」の可能性を探ってみる

- 01** ▷ STEP 1 現在の主軸事業は何か？  
これをしっかりと理解する 256
- 02** ▷ STEP 2 ホームページから、  
発明者（キーパーソン）情報を入手 259
- 03** ▷ STEP 3 キーワード検索を入口に、  
製品・技術を調べる 263
- 04** ▷ STEP 4 特許から、発明者（キーパーソン）情報を  
深掘りしていく 269
- 05** ▷ STEP 5 「被引用」情報によって、  
重要な特許を見つけて評価 272
- 06** ▷ STEP 6 「特許分類検索」での調査で、  
競合企業と比較する 278
- 07** ▷ STEP 7 手に入れた情報から、  
オリンパスの将来性を考える 282

## 特別対談①

### 特許や知財から、企業の何がわかるのか？

— 金融業界アナリスト×楠浦崇央

284

## Chapter 5

### 投資センスを磨く

#### ～役立つ情報の見つけ方～

#### 01 ▷ 他人が気づかないネタに素早く当たる思考を

～「紙業界」を事例に

300

#### 02 ▷ 一つの情報から大きな流れを見ていく

～「ドラッグストア」を事例に

307

#### 03 ▷ 投資が増えれば技術は進歩。

“ お金 ” の流れからトレンドを予測する

315

#### 04 ▷ 業界や技術の“ 課題 ” は何か？

その解決に尽力する企業をチェック

320

#### 05 ▷ 未来を知るためには、過去を知ること。

危機対応法から企業を判断

332

#### 06 ▷ 有望企業の陰にひっそりと潜む、

「知られざる有望企業」を見つけ出す

359

## 特別対談②

### 投資家が、「勝ち組企業」を育てる

— 山本 潤（ファンドマネージャー）×楠浦崇央

370

## Chapter 6

### 知財戦略のダントツ企業 「花王」と「コマツ」を解剖する！

#### 01 ▷ 花王① 食品業界の「黒船」。

ヘルスケア商品の特許戦略とは？

388

#### 02 ▷ 花王② 業界を震撼させた減塩醤油特許。

顧客価値を軸に

410

#### 03 ▷ 花王③ そこには、「パラメータ特許」×「分割出願」の

ワザがあり

435

#### 04 ▷ 花王④ 目指すものは、究極の

「パーソナライズドヘルスケア」

453

#### 05 ▷ 花王⑤ まとめ

～「尖ったところを見つける」。この発想が未来を築く

471

#### 06 ▷ コマツ① 経営を支えるIoT建機システム

「Komtrax」の開発

476

**07** ▷ コマツ②「Komtrax」から、  
特許ポートフォリオを構築 490

**08** ▷ コマツ③ 次の一手は？ IoTからDXへ、  
「モノ」から「コト」へ 512

**09** ▷ コマツ④ まとめ  
～革新的な技術で未来を先取り、建設業界を変える 529

## Chapter 7

# 長期で応援したい企業の、 最新動向をチェックしよう

**01** ▷ 技術や知財に強みがあり、  
長いスパンの投資に向いている企業30選 542

メディカル・データ・ビジョン／中外製薬／テルモ／楽天グループ／  
富士フイルムホールディングス／ブリヂストン／日進工具／レオン自動機／  
技研製作所／クボタ／ディア・アンド・カンパニー (Deere & Company) 米国／  
ダイキン工業／デンソー／  
ハネウェル・インターナショナル (Honeywell International) 米国／日東電工／  
オムロン／キーエンス／シスメックス／トヨタ／  
ASML ホールディング (ASML Holding) オランダ／キヤノン／オリンパス／  
朝日インテック／インテュイティブサージカル (Intuitive Surgical) 米国／  
マイクロポート・サイエンティフィック 中国／ダナハー (Danaher) 米国／  
スリーエム (3M) 米国／平安保険 中国／クアルコム (Qualcomm) 米国／  
マイクロソフト (Microsoft) 米国

<b>おわりに</b>	
“イノベーション”を起こし続ける企業に着目を！	563
<b>参考文献</b>	574

## プロローグ

# 時代の最先端情報から、 “100年企業”を見つけ出す

僕は、弊社によるエンジェル投資でも、僕個人での上場企業に対する株式投資でも、どんな投資においても、一つ決めていることがあります。

それは「100年続く企業を見つけて応援する」ことです。例えば僕が個人で企業の株式を購入するとしたら、「(死ぬまで) 株式を売る必要がない企業に投資する」ことにしています。100年続く企業を100年保有する。僕はこのスタンスを「永久投資家」と呼んでいます。永久応援団、と呼ぶべきかもしれませんね。もう少し付け加えると、衰退しつつも100年ぐらいは何とか続くだろう、という企業ではなく、「100年成長し続ける」企業になるよう、積極的に支援しつつ

応援したい、と考えています。

100年成長し続ける企業になる、ということは、それなりの大きな時代の流れ、社会の課題に挑み続けながら日々それを顧客課題へブレイクダウンして事業機会として捉えなおし、新規事業や新製品を生み出し続けるということです。単発で事業や製品を生み出して終わりではなく、そういうものを「生み出し続けられる組織能力」も必要になります。

後でお話ししますが、特許情報からは技術力だけでなく、新たな技術を生み出すために必要な組織能力も、ある程度割り出せることがわかっています。

加えて、100年保有するつもり企業の企業ですから、やはり最も重要なのが

企業の「本気度」を見極めることじゃないかなと、僕は考えています。本気じゃない企業には投資できませんよね。

ここでも特許が役立ちます。

僕は、主な発明者の過去特許なども片っ端から調べ上げ、人脈や力量、過去実績なども評価します。技術開発や事業への投資・撤退の判断やスピードなども、特許から見えてきます。今回は取りあげませんが、いま何かと話題のトヨタが、次世代EVの本命とされる「全固体電池」の開発にあたり、あるタイミングで他の技術への投資を一気に引きあげて全固体電池に全集中したことも、特許から見えています。こういった分析をするための手法も、具体例を交えて本書で紹介しています。

そもそも特許から企業の戦略や活動を読み取って投資に活用する、という手法は、中長期の投資において真価を発揮します。特許自体が、出願から1.5年後に公開される情報ですので、「速報性」はないんですね。

だから、「明日、株価が上がるかどうか」を判断する材料として使うには、難があります。それよりも、企業の活動や戦略、そしてその「本気度」を見極めて、じっくり投資する。そういうスタイルに向いています。

「おわりに」で詳しく書きたいと思いますが、特許で現場の実情、特に、技術開発や事業開発の現場の実情を評価して投資する投資家が増えれば、これまで評価が低かった技術や企業が正しく評価されていくと、僕は考えています。

企業と投資家のコミュニケーションの話をする、

「IR活動をもっと頑張ってもらおう！」という話に終始しがちです。

確かにIRを頑張ってもらうことも大事なのですが、企業がIRを頑張れば頑張るほど、「企業側の主張」が強くなるわけです。先ほどのアナリストの言葉を借りると、実はそれだけではダメなんですよね。

将来飛躍する可能性がある企業が、それを正しく評価してもらえる可能性があるツールの一つが、特許だと僕は考えているんです。だから、投資家の皆さんが特許について知れば知るほど、「可能性のある企業」が正しく評価される時代がくるし、応援される時代がくる。これが、僕がこの本で目指したいことです。

もともと僕は技術屋なので、特に技術系の企業で今後大いに飛躍する可能性があるところに、きちんとお金が集まるようにしたいんですよね。

もう一つ前置きとしてお伝えしたいのですが、本書では、「株」という言葉はできるだけ使わないようにしています。

「企業への投資」であることを忘れないようにしていただきたいからです。

株式投資とは、結局のところ企業の一部を所有することなのですが、「株」という言葉を使うと、それが薄れてしまう気がするんですよね。同様の理由で、「銘柄」という言葉の代わりに、できるだけ「企業」という言葉を使うことにしています。

また、本書では、「特許公報」「特許権」「特許出願」など、本来名称を使い分けるべき対象について、できるだけ「特許」と呼ぶように、あえて統一しています。これは、僕の仕事の一つである、「言葉の定義を重視

する」知財教育とは逆行する部分があるのですが、今回は、特許や知財に明るくない方が、難解さを感じずに直感的に理解できるよう、そのようにしています。例えば「特許を読む」と言っている場合、特許公報を読むことだけでなく、審査経過情報を読むことも含まれたりします。「特許」と言っている場合、それは特許権の話だけでなく、特許公報を指していることもあります。知財の専門家の方から見ると違和感がある表現も多々あると思いますが、専門家の方はどのような表現でも、文脈から意図は理解できると思いますので、初学者の方に合わせるということでご了承ください。特許戦略、知財戦略という言葉についても、初学者の方が堅苦しさを感じないよう、ほどほどに使い分けています。

実際問題として、僕自身もすごく違和感がある表現が多数ありますが、弊社内の「知財や特許にまったく触れたことがないメンバー」でも、なんとなく直感的に理解できる、というレベルに調整しています。具体的には「特許を出すことと、それが権利になることは別だ」ということを知らない方でも理解できるように、必死であれこれ書き直しました。要するに、特許制度というか権利化のプロセス（手続き）を一切知らなくても、ある程度スーッと頭に入るようにしたかったんですよね。それはそれで結構大変でした（笑）。でも「すそ野を広げる」って、こういうことなんだと理解しました。できれば、NISA制度の説明より簡単にしたかったんですけどね（笑）。

そんな僕のこだわりも少々詰まった本書ですが、企業価値を見極める力をつけたい投資家の方はもちろん、知財関係者や技術者、新規事業に関わる人にも、まずは気楽に読んでいただけるように心がけました。

発明・知財・新規事業と投資は表裏一体です。特に新規事業は、経営者や投資家が投資したい、と思う事業にならなければ始まりませんので、

新規事業の関係者にとっては、投資家の視点を理解することも大切です  
よね。

では、前置きはこのくらいにして、早速始めましょう。

# Chapter 1

---

特許はインテリジェンス。  
なぜ、投資に役立つのか？

# 01

## 配当貴族といわれる会社。 その“知財戦略”を見抜くことで、 成長性を予測できる

### 有名な花王や3M、J&Jに 共通していることは？

ご存じのように、企業の「配当」の実績は、売上や利益などの「業績」と並んで投資家の方にとって重要な指標の一つになっています。特に、「増配」を続けているかどうか注目している投資家の方が結構おられるようで、増配を続けている企業は「配当貴族」と呼ばれています。連続増配企業を取りあげたブログもあって人気のようですね。下記は、長期の連続増配記録を持つ日本企業のランキングです。

1位	花王	34年
2位	SPK	26年
3位	三菱HCキャピタル	25年
4位	ユー・エス・エス	24年
	リコーリース	24年
	小林製薬	24年
7位	トランコム	23年

※「日本経済新聞社『日経連続増配株指数』（2024年版）のリリース」から引用

これらを見ると、ダントツなのが34年連続増配の「花王」ですね。日本の配当貴族の王様です。ちなみに米国企業では、American States Water（アメリカン・ステイツ・ウォーター）の69年連続増配を筆頭に、60年以上連続増配の企業は16社（2024年6月現在）あります。発明塾でよく事例として取りあげる3M（スリーエム）やJohnson & Johnson（ジョンソン・エンド・ジョンソン：J&J）などが、その中に入っています。世界には、まだまだ上がいますね。

このダントツ配当貴族である花王やJ&J、3Mを見たら、皆さん「なんか共通点があるんとちゃうかな」と、なんとなくその理由というか背景を知りたくなっちゃいますよね。

何が共通点だと思いますか？

僕の答えはズバリ「知財活動が盤石なこと」です。ここでいきなり知財の話か！といわれそうですね（笑）。

配当貴族企業すべてについての統計的な証拠は持ち合わせておりませんので、「客観的な証拠を出して議論をしろ！」といわれると話はここで終わってしまいます。

でも、皆さんやっぱり話の続きを聞きたいですよ。少なくともこの3社について、僕がなぜそう考えるのか。その理由をこの後、僕が多数の企業の現場を見てきた経験を交えて説明しますね。

そもそも統計的に証明されていれば、僕がわざわざここで話す必要もないでしょう。そういう意味でも、僕のこの後のお話には、もう少しお付き合いいただいただけの価値があると思います。

## 花王や3M、J&Jは 知財戦略と儲ける仕組みが.....

僕は前職のナノテクスタートアップ時代に、さまざまな化学メーカーさんとたびたび共同研究をさせていただきました。その流れで、現在も多くの化学メーカーさんに、弊社のお客様になっていただいております。

そういったお客様の参考になるようにと化学メーカーの特許を読んで知財戦略を調べてみて驚いたことの 하나가、3Mの特許と知財戦略だったんですね。出願している特許を丁寧に調べていくと、本当にえげつないというか、よく練られた特許をガンガン出していることがわかったんです。

その後、日本企業にもそういう会社がないかなあといろいろ調べていたら、花王がすごい特許をシステムチックに出しているようだ、と気づきました。そして、彼らの特許を一つひとつじっくりと読んで分析していくと、3Mとなんか似た雰囲気を感じたんですね。3Mと花王は知財戦略が徹底しているだけでなく、特許の取り方や出し方の戦略が、とてもよく似ていたんです。

例えば分割出願をうまく使って、一つの発明をいろいろな角度から徹底的に、これでもかというぐらい粘り強く守る。いろんな発明の特許出願して、数自体を増やしていくのはもちろんなのですが、一つの発明をいろいろな側面から徹底的に守って、隙のない特許網をつくっていく。特に3Mは、見事なまでにつけ入る隙がないというか、つけ入ろうとする気がなくなるような特許網をつくってきます。

セミナーで、僕はよく3Mのえげつない特許をいくつか紹介し、参加

者にその場で読んでもらっています。そうすると、それを読んだ知財部の方はだいたい、「面倒くさすぎて、特許網をくぐり抜けるのは諦めようって思います」とおっしゃいます。3Mの勝ちですね(笑)。戦わずして勝つ、という言葉がありますが、なるほど、特許ってこうやって使うのか、という感じです。

アメリカ企業の知財戦略は日本より10年先を行っていた、というような話をどこかで聞いたことがあります。花王が3Mの特許や知財戦略を研究して真似たのかどうかわかりませんが、不思議なぐらい共通点が多いんですよ。僕のセミナーを受けた方は、皆さん同じような感想を持たれるようです。

こういうお話をすると、配当貴族企業である花王と3Mの知財戦略の共通点が、ちょっと気になりますよね。ここまでのお話で、なんとなく知財と連続増配に関係がありそうだと感じた方は、カンの良い方だと思います。

知財の話は一旦これぐらいにして、配当の話に戻しましょう。

実は、花王、3M<sup>(※)</sup>とJ&Jの業績と配当の関係を調べてみると、3社とも、業績が大きく落ち込む年があっても配当は減らしていないんですよ。そもそも配当が業績に連動している企業も多数ありますし、そうでなくても業績が大きく落ち込んだら配当を減らすという企業が多いと思いますが、この3社は違う。業績が落ち込んでも、ほんの少しだけでも配当を増やすんです。

どうやら、そもそも少しずつでも増配は続けるという方針のようなのですが、それができるのは次年度には挽回する自信があるからかなと思います。それしか考えられないんですよ。仮に挽回できる自信がある

としたら、その自信はどこからくるのでしょうか。それは、「儲ける仕組みができていいる」ということじゃないかな、と僕は思っています。

※「ヘルスケア」事業の分離に伴って、60年以上続いた連続増配は2024年で終了する予定

その儲ける仕組みの一つには、もちろん知財もあるでしょう。知財を生み出す仕組みもきっちりできていて、それを粛々と回していつているんだと思います。でもまあ、「知財があるから儲かる、というのは、なんぼなんでも言いすぎやろ！」と思うかもしれません（笑）。僕の真意を、もう少し突っ込んで説明しますね。

## 多くの企業は、

### 「知財活動」が後回しになっていた

知財が盤石だということが、なぜ、連続増配企業の重要なポイントだと考えるのか。

これは、僕が「知財教育」の仕事を16年以上やってきて、大手企業からスタートアップまで、ありとあらゆる業種の日本企業の知財部の方に、隅々までヒアリングしてわかった「とても重要な事実」が、影響しています。

実は、多くの企業では「知財」「特許」は、残念ながら「後回し」だったんです。

まあ、当然というところ知財部の方に怒られそうですが、仕方ないんですよ。どう考えても普通の企業では、「技術開発」「製品開発」「製造」や「営業」のほうが日々の業務としては優先順位が高く、それらに比べると「知財」はどうしても優先度が低くなりがちでした。ここで「日々の

業務としては」と言っているのは、特許権侵害で訴えられた、みたいな非常事態には優先度は跳ね上がるからです。

かつて、口の悪い知財部の方が「うちの会社も一回ぐらい特許で訴えられたら、意識が変わるのに……」なんて、ぼやいておられましたね(笑)。脱線しました。

例えば、「知財」「特許」に対する製品開発担当者の意識を、僕の経験談をもとにちょっと極端に表現すると、知財部の方が「知財」「特許」という言葉を出した瞬間に、「モノをつくってお客さんに届けるほうが先や！今は知財のことやってる時間なんかないわ！」と反論する、みたいな感じです。こういうやり取りが、少なくともある時期までは、ほぼすべての企業で毎日のようになされていただろうと、僕は思っています。

経営者の方に聞いても、だいたい同じような反応の方が多かったので、ほぼ間違いないんです。例えば、資金や人材に余力のない小規模企業の経営者の方と知財や特許についてお話しすると、はっきりと

「知財まで手が回らないし、今はやりません」といわれました。もちろん僕も、当時その立場ならそう言ったでしょうね。だから、それでいいんです。正しいとか間違っているとかではないんですね。

僕が16年間、日本中の企業に「知財教育」の営業に行きまくってわかったこと。

それは「ほとんどの企業において、どうやら知財活動は日々の業務における優先順位が(とても)低いらしい」ということでした。

営業としては要するに「断られている」だけなのでまったく成果はないのですが、実はこれは、僕にとっては非常に重要な気づきだったんですね。負け惜しみではないですよ(笑)。これが実感としてわかったこと

が、特許情報や知財情報を分析する上でとても役に立ったんです。どう役に立ったか、今からお話しますね。

## **知財、特許を徹底する企業は、 他も徹底する**

前置きが長くなりました。ここまでで何が言いたかったかというと、要するにどこの企業もだいたい知財のことは後回し、さらに、経営者から現場までみんながそうだったろうということ。一方、徹底的に知財をやってきた企業は、製造も営業も技術開発も全部を徹底的にやってきただろうということ。

そう考えると、花王、3M、J&Jといった会社は、知財を徹底的にやるくらい、現場にも経営にもかなりの余力があることが見えてきますよね。何十年前から、そういう仕組みをきっちりとつくり、粛々と実践している。そういう体制ができてあがっている。だから成長してきたんじゃないか、というふうにも考えられてきますよね。

当たり前かもしれませんが、逆に、仕組みがちゃんとしていない企業は成長するのは難しいのではないのでしょうか。仕組みがちゃんとしてなくて、無理して大きくなってしまうと、極端な例を挙げれば品質の偽装のような、何かおかしいことが起きる。あるいは、そこまでいなくても組織にゆがみが生じてくる可能性が大きいと思います。そんな会社には、とても投資する気にはならないですよ。

あるとき、この考え方を知財や特許に明るい投資家の方に話したら、「なるほど、そうかもしれませんね」と、妙に納得されていました。花

王は、特に投資家の間でも安心して投資できると定評のある企業だそうですが、でも、そういう企業が知財もしっかりしている理由について、これまで考えたことがなかったそうです。僕も3Mや花王での気づきがきっかけになって、知財がしっかりしていたらこの会社はひょっとしたら伸びるかもしれないな、という目利きというか、勘所みたいなのが、なんとなくわかってきた感じです。

だって、「弊社はものすごく成長しています！」「その成長が維持できる強みがあります！」「今後も大丈夫なので投資してください」とか言われても、その裏付けになるような特許がほとんど出てなかったりすると、この会社ホンマに大丈夫なんかな？ さすがに、まだそこまでは手が回らないのかな？ ちょっと無理してるんちゃうかな？ って思いますし、「特許や知財まで手が回らない」と経営者が真顔で言っている企業は、投資家からすると、まだまだこれから体制と仕組みをつくる会社なのか、とりあえず今回はご縁がないかも、になっちゃうかもしれません。この辺は結局、企業の戦略や経営陣がしっかりしているか、ということにも通じてくるかなと思います。

そもそも知財だけをしっかりとやるということは、どう考えても不可能なんです。他がしっかりとやれるから、知財もその「仕上げ」「結果」としてしっかりとできる。そういうことなんだろうと僕は考えています。もちろん、特許や知財だけそれっぽく出しておいて、「投資家を騙してお金を巻き上げよう」という悪意を持った経営者や企業は別ですので、この点は要注意です。

## 国内で30年以上増配しているのは 花王だけ.....

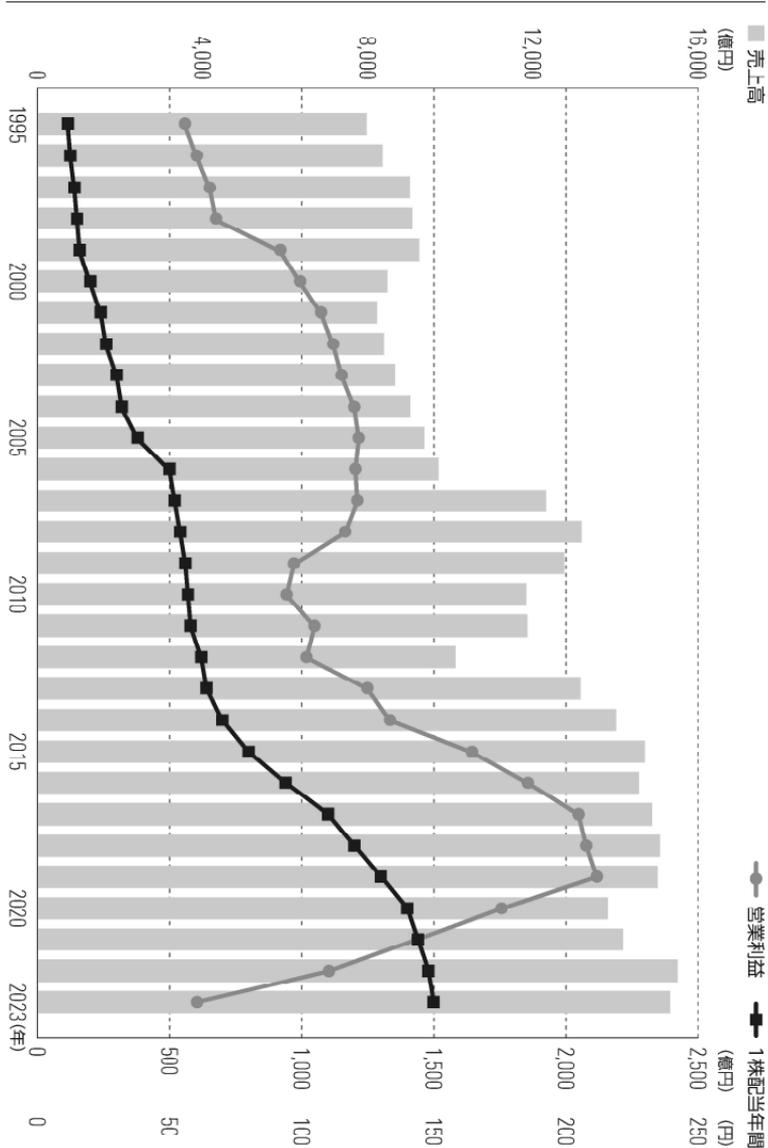
一旦、僕の結論は「知財がしっかりしている企業は、結局のところ成長する企業である」ということにしておいて、先ほどの連続増配年数の話に戻しましょう。花王は34年連続増配で1位、2位がSPKの26年、3位が三菱HCキャピタルの25年、その後にはユー・エス・エス、リコーリース、小林製薬などが続いていましたね。

注目してほしいのは1位と2位以下の差です。8年の差がありますよね。これが意味するものは何でしょうか？

それはバブル崩壊の時期が入っているかどうか、つまり、バブル崩壊の不況時も増配していたかどうかなんです。

花王は1990年からの連続増配です。つまり、バブルの後遺症でどの企業も長い間苦しんでいる中、花王は確実に増配し続けてきたわけです。ちなみに 1990年は1989年と同じ配当額で現状維持でしたから、減配はしていないんですよ。

図1 ▶ 花王の業績と配当の推移



出典：会社四季報オンラインのデータを基に作成（※2011年までは3月決算期、2012年以降は12月決算期のデータを使用）

また、2008年にはリーマンショックもありました。リーマンショックが落ち着いた後、増配できている企業はまだ強いと思いますが、2008年以降、今日まで15～16年以上連続増配していない企業というのは、リーマンショック以降に別の何かがあったわけですから、弱さを感じますよね。

つまり、バブル崩壊やリーマンショック、最近ではコロナ禍などで、いくつもの企業が「連続増配」「配当貴族」から振り落とされてしまっているということですね。

そんな中、何も言い訳せずに粛々と増配している花王が、いかに知財も含め企業活動に厚みがあって総合的に強い企業なのかが、なんとなくわかっていただけたと思います。

まあ、トイレタリー業界は不況時に強いといわれているので、花王は立地的に有利なのかもしれませんが、それを加味しても30年を超えているのが花王 1社だけ、2位以下と8年以上の圧倒的な差をつけているというのは、総合力でのダントツ企業だと言わざるを得ない気がするの、僕だけでしょうか。

## **業績が下がった年でも 増配できる企業とは？**

多くの企業は、業績が下がったとき、何かに備えて配当を抑え、その分を内部留保しておこうという考え方をしますよね。

残念ながら、花王を経営しているのでなければ、僕もそうするかもしれません。

でも、投資家の中には配当を楽しみに投資している人って意外に多い

ですよ。もちろん配当がなくても投資する人もいますが、ある程度配当に期待したり、配当を判断基準にしている人は、配当が急にガクンと減らされたら不安になって株を売ってしまう。そうなると、株式の価格が急に下がるわけです。

業績が下がって会社として苦しいときに、手持ち資金を大事にして今後の備えにしようと思うか、それとも、苦しいときも株主との信頼関係は厚くしておきたいと思うか。極端に言うと、そういう2つの考え方に分かれるわけです。

念のため申し上げておくと、これは、どっちが正しいということではないんです。どっちが正しいとは言わないんですけど、どちらが前向きか後ろ向きかって言われたら、可能ならば株主との信頼関係を保っておこうっていうほうが、いろんな意味で前向きなのかなと個人的には思います。

それは「今回だけで、来年は大丈夫ですよ、ちゃんと儲ける仕組みがバッチリできてますから」というメッセージを送っていることになるかなんですね。しかも口だけなら何とでも言えますが、配当という実の伴ったメッセージを送っているわけです。

だから、多少のことには負けず連続増配を続ける、経済危機があってもわずかでもいいから配当を増やし続けるという姿勢には、経営者のマインドが表れていると思います。

結局、応援したくなる企業っていうのは、こういう企業なのかもしれませんね。

安心してください、大丈夫です、任せなさいと。すぐに挽回できます

よと。株主と経営者の、そういうやり取りが「連続増配」から見えてきませんか？

もちろん、連続増配の会社が必ず応援できる企業だ、とは言いません。でも、繰り返しですが、やっぱり苦しいときでも増配できる会社はきっとそれなりの自信があるんだろうし、長い目で見ると頼もしいなと思いますよね。もちろんこれも、株主や投資家を騙そうとして、悪意を持ってそういうことをする企業や経営者がいるかもしれませんので、その点は注意が必要です。

## **知財が盤石な企業は、 成長する可能性が高い**

ちょっと見方を変えてみましょう。

そもそも、売上とか利益とか、每期（毎年）報告される企業の業績ってどうやって計算されているのでしょうか。

それって実のところ、どこで期をまたぐか、変えるか、勝手に決めているわけで、要するに無理やりどこかの日付で「ここまでが1年（一期）です」と区切っているだけの話なんです。本来は、企業の業績ってもう少し長いスパンで見るとべきものかもしれないですよ。

1年ごとの、会計上の都合で勝手に区切った期間ごとの業績に、いったいどれぐらい意味があるのか。そんなこと、考えたことありますか。

だから、そもそも毎年繰り返される多少の浮き沈みに応じて、「儲かったから増配」「下がったから減配」とやっていくのってちょっと違うんじゃないかなと、僕は個人的に思っています。

本当は、多少のブレはあっても年々売上は上がるんだから、粛々と増配していくぞ！ というマラソンランナーみたいな企業が、真の優良企業

なんじゃないでしょうか。

そして、それは結局、知財を見ればわかるんじゃないですかというのが、ちょっと極端ではありますが、僕が言いたかったことなんですね。

とにかく新商品が出るたびに、それなりの数の行き届いた特許がどんどん出てくるのを見ると、この会社は自信あるんやな、この商品売れる自信あるんやな、初年度は売れなくても数年後には売れてくるという自信があるんやな、と感じます。

何回も言いますけど、「知財は後回し」が、どこの会社でも現場の実態です。

それでも、それなりの数の「イケてる特許」を毎回きっちりと出していく。そういった会社は、開発して終わりではなく、持続的に競争優位を確保するためにどうするか、隅々まで徹底しているわけですよ。だから、そういった手堅さは、連続増配に関係してくると思うんですよ。

皆さんはどう思いますか？

いや、別に同意を求めているわけではないんです。いろいろな考え方があり、意見が対立するからこそ、そこに投資機会が存在し、投資は成り立つわけですから。

ちょっと脱線しました（笑）。

そもそも、さすがに売れる自信のない商品にはそんなに特許を出さないですよ。そして、ちょっと儲からなくなったら今後は特許の件数を少し減らそうか、という話にだいたいなります。申し訳ないんですが、これが現場の実態なんです、何回も言いますけど。

だから、万全な準備をして肅々と特許を出している企業を見極められるようになると、長期投資の大きな武器になると思うんですよね。

特許に書かれている技術や発明がスゴイかどうかも大事なのですが、それよりも企業の知財戦略に注目して特許を読むといいですよ、と僕が投資家の方にお話しする理由は、こういうことなんです。

花王については第6章で詳しく分析をしていますので、関心ある方はぜひご参照ください。

# 02

## 企業の「本気度」と「技術的な強み」を把握することで、他者より一歩先に

### 中途半端な企業ではなく、 「確信犯」を探し出そう

ここまで話してきたように、企業の知財や知財戦略の詳細を理解するのに欠かせないツールが、特許情報なわけです。僕は投資家の皆さんに、ぜひ、特許を読んでほしいといつもお伝えしています。その理由は主に2つあります。一つ目は、ひょっとしたらこれからものすごく成長するんじゃない？ という企業を、多くの人が気づいていない段階で見つけられる可能性があることです。

長くなりますが、まずその話をしますね。

気になる企業や技術分野の特許を調べていると、ある技術や製品について特許をめちゃくちゃ出している企業が偶然見つかることがあります。しかも例えば、対象となる製品がまだ完成もしていないのに何十件、ときには100件以上の特許が公開されている企業があったりします。僕はこういうのを見つけると、すごくワクワクします。

基本的に、企業は何かの製品・サービスや技術を開発した後に、その成果にもとづいて特許を出すことが多いんですね。もちろん、開発の節

目、節目で出していく場合もありますが、いずれにしても「開発した成果・結果」について出す、という意味では同じです。企業によっては、開発した製品・サービスや技術について、それぞれ特許を数件出して、それで終わってしまう場合もあります。そう考えると、製品・サービスが世に出る前の段階での特許数を知るだけでも「この事業を本気でやろうとしているかどうか」を推測する手掛かりが得られます。

まだその技術や製品・サービスについてまったく発表がないけど、特許が続々と、そして肅々と出ている。それは、彼ら独自の情報や顧客ニーズを掴んでいて、圧倒的な技術があって、それで市場を席卷できる、それで世の中を変えられる、という自信の表れなんじゃないか。そういう仮説を立てて、検証していくわけです。発明塾では「確信犯」と呼んでいます。どうせ投資するのなら、中途半端な企業よりも、確信犯で徹底的にやってくれる企業のほうが良いと思いませんか？

## **開発品の詳細は 特許にしか書いていない！**

でも、例えばスタートアップ企業の場合、特許や知財が生命線であることはわかっているけど、資金がないので何十件も何百件も出せない、ということもあり得ます。特許に資金を回すんだったら、もっと開発に回したほうがいいんじゃないかとか、マーケティングをちゃんとやったほうがいいんじゃないかという議論になるわけですね。まあ、これは大企業でも同じなのですが、スタートアップは資金管理がよりシビアですから、特許を数多く出すところはまだまだ少数派です。

もちろん、特許は数だけがすべてではありません。特許から企業の取

り組みを評価する際には内容も詳細に読む必要はあるのですが、とりあえず特許数を見てみるだけでも注目企業の候補が見えてきますね。

「普通はそんなに出さない」段階で、大量に出してくるとなると「何かある」はずですから。

僕はそんな企業を見つけると、もっともっと調べます。企業に直接ヒアリングに行く場合もあります。また、どんな市場にも、不十分だと思う製品やニーズを捉えきれていないと感じる、いわば「これじゃないんだよな」という製品が存在しており、そういった製品に関する未充足のニーズや未解決の課題が、その企業の特許から読み取れる場合もあります。そういうときは、実際に製品が手に入るなら買って見て、特許情報から推測されるニーズや課題が実際にあるのかどうか、自身で体験した上でユーザーにもヒアリングしてみます。

それで、やっぱみんなそれで困っているんやな、あの企業が考えている新しい製品は、世の中に出たら売れるだろうな、よし！じゃあ投資するか！となるわけですね。まあ、実際にはそんなに簡単ではないですが、一つのわかりやすいイメージとして、だいたいこんな感じだと思っておいてください。

そもそも特許を読まなければ、開発中の製品の詳細って、ほとんどわからないはずなんですよね。開発中の情報は、極秘中の極秘なので、関係者は発売前に詳しい話はしませんし、IRにも詳細を載せません。絶対に、というのは言い過ぎかもしれませんが、普通に考えたら、特許からしかわからないんです。これも、僕が特許を読む理由の一つです。

誰しも、早めに情報を掴みたいですよね。やはり投資は、他の人が可能性に気づいてからでは遅いですからね。他の人に先んじて、その企業や製品・サービスの可能性に気づく。そのために特許情報が使えますよ

ね、ということです。これは皆さん、おおむね異論はないんじゃないか  
と思います。

## 特許情報から、 その将来性を確信した事例とは？

ではここで、ある企業について特許情報を基に発明塾で議論した事例  
をお話ししましょう。過去に、発明塾投資部という活動を学生向け発明  
塾のOB・OGを中心に行っていたことがあり、そのときのことを紹介し  
ます。

透明に近いマウスピース型の装置で歯並びを治す歯列矯正治療「イン  
ビザライン」ってご存じでしょうか。最近、結構流行っているようです  
ね。誰もがSNSを利用する時代になり、写真を撮るのに、歯並びが悪い  
とカッコ悪いということで、年齢を問わず歯列矯正する人が世界中で増  
えているんだそうです。

要するに、「映える」ために歯列矯正する時代になったわけですね。

インビザラインは、アメリカのアライン・テクノロジーという企業が  
開発したものです。発明塾で議論したのは2016年なのですが、当時、日  
本ではほとんど知られていない企業でしたし、投資家の評価はまだまだ  
低かったんですね。確かに面白い商品だけど、一通り売れたら終わり、  
いわゆる「一発屋」企業だと思われていたのでしょうか。

そのときの発明塾の議論でも、参加したOB・OGのほぼ全員が「確か  
にこれは流行るのかもしれないけど、さすがにアライン・テクノロジー  
が独占するところまではいかないんじゃない？」「歯列矯正には他にもい  
ろんなやり方があるから、これ一辺倒にはならないんじゃないかな？」

「自分で似たようなものをつくるとか、もっと安上がりな方法を考えている人もいるみたいです」という話になっていました。

まさにこれが、当時の世の中の雰囲気だったわけですね。

でも僕は特許をじっくり見て、そうとも言えないかなと、ちょっと違和感というか、違う感覚を持ちました。まず特許数があげつなかつた。さらにその内容が、業界の常識からするとかなり先んじたものだった。なので僕は、これは成長が期待できるんじゃないか、少なくとも彼らは「確信犯」で取り組んでいそうだな、と考えました。

大量に出ていた特許がどんな内容のものだったか、興味ありますよね。ひとことで言うと、歯並びや歯の形のデータの取得、管理や活用に関するものだったんですね。歯列矯正って、時間の経過とともに歯並びが変化していくものです。でも、矯正が終了して少し経つと、歯並びがまた悪いほうに戻ってきてしまったりするらしいんですね。だから歯並びのデータを保存しておけば、また活かせます。

アライン・テクノロジーはそこに目をつけていて、歯並びや歯の形状データの測定や管理、活用に関する特許を大量に取得していました。つまり、マウスピースをつくって売るといった単なるモノづくりではなく、データを取ってそれを活かすというビジネスを想定していたんですね。だったらこれは今後もまだまだ伸びそうだし、事業の基盤も盤石かもしれないな、と思ったんです。それらのデータはそう簡単には取れないものですから、一度取ってしまえば優位になるはずだ、と考えたんですね。

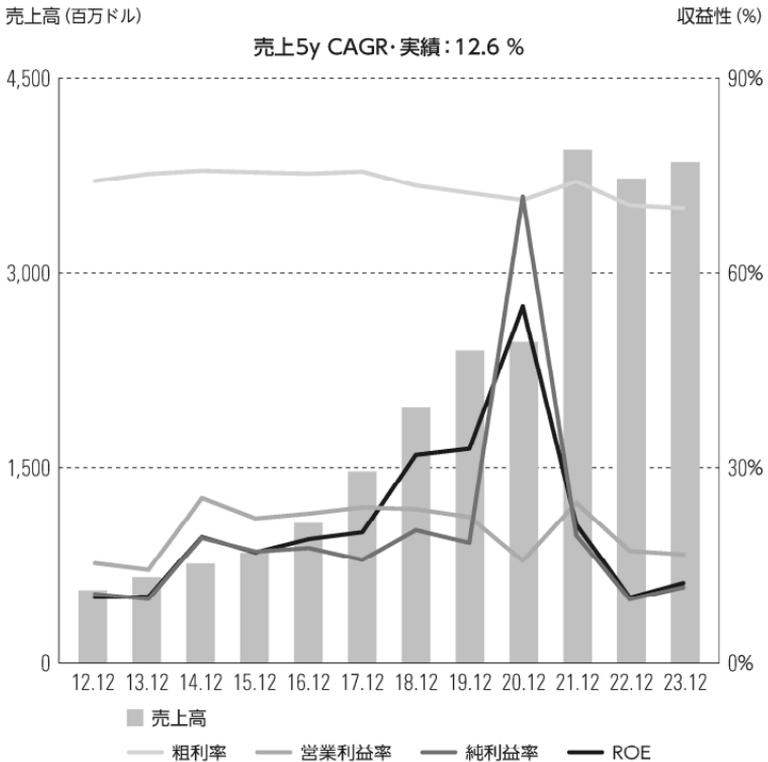
その後のアライン・テクノロジーの業績などをみると、結果として僕は正しかったのですが、僕がここで言いたかったことは「特許を読めば未来を予想できる」ということではありません。特許を読めばその企業が今後どういうことを目指しているのかがわかりますよ、ということ

す。ただ、目指した通りになるかどうかは、また別の問題です。

そこで、「本気度」の話が出てきます。次でお話しますが、本気度が高いのであれば、目指した未来を実現してくれる可能性は高まりますよね、ということです。経営や投資に「絶対」はありません。でも

「口先だけ」なのか「本気なのか」は、投資判断において重要だと思いませんか？

図2▶ アライン・テクノロジーの業績推移



出典:バフェット・コードのデータを基に作成

## 特許から

### 企業の「本気度」がわかる

特許には、企業の本気度が表れます。これだけ出していけば、他がもう真似できないね、近寄りたくないね、と思うほどの膨大な特許数というのも一つです。ぱっと見てわかりやすいほど多くの特許を出している場合、その企業の気迫というか、その製品や技術の未来に対する本気度や自信のほどが表れていると僕は考えています。もちろん、たくさん出していれば良いということでも、数が少ないからダメと

ということでもありません。そもそもどれくらいの数の特許を出すべきなのかは、想定する事業規模や競合の動向などに大きく依存するので、単純に数の大小だけでは議論できません。数も「本気度」の指標の一つに過ぎないので、本気で特許を出しているかどうか、数以外の視点で評価することもあります。例えば小さな企業の場合、特許の出し方や取り方や内容を見て、数は少ないけれどこれは本気やな、という判断をすることもあるわけですね。

特許から、単に技術的に優れているかどうか、すごい発明かどうか、みたいなことを読み取るだけでなく、それを本気で守ろうとしているかとか、今後どういうビジネス展開を考えているか、そこも含めて守ろうとしているか、も読み取りましょうということです。僕なんかは、本気度がない特許を見ると「この企業大丈夫かな」と心配になるわけですね（笑）。特許から本気度を読み取る眼力を養うのは、実はそんなに難しいことではありません。「学生向け発明塾」の大学生は、だいたい半年ほどで僕ととともに議論できるようになりますので、ちゃんと勉強すれば皆さんも大丈夫だと思います。

また内容や数の多い・少ない以前に、特許をある程度出してもおかしくないような事業や製品の開発に取り組んでいるはずなのに特許をまったく出してない企業については、本気じゃないのかもしれない、という疑いが出るかもしれません。読み方がわからなくても特許の有無は調べられますから、まず、出しているか出してないかを確認する。出してない企業は、本気でやる気があるのか、疑いの目を持って検証する。他の情報で、本気度が検証できるかどうか、ですね。多くの場合、特許は「行動の結果」の一つだ、というお話をしました。IR資料に「今後〇〇に取り組みます！」と書いてあるだけの企業か、裏付けになる特許が出ている企業か。

この両者では本気度は違うという判断になる可能性はありますよね。

僕が特許を読む理由、そして、投資家の方に特許を読んでいただきたいと思う理由の一つが「本気度」

「自信」そして「確信犯」の度合なんですね。花王や3 Mなど知財活動をちゃんとしている企業はすべてがしっかりしている、とお話ししましたが、結局は同じことなんです。隅々まで行き届いていないと、たくさんの特許は出せません。自信や余裕がない会社は特許を出さないんです。だって、それどころじゃないですよ。

ちょっと乱暴な議論ですが、例えば、花王の競合企業が仮に似たようなモノをつくっていたとして、花王はめちゃくちゃ特許を出しているけれども競合企業がまったく出してなかった、としましょう。自分にとって、どちらが投資先として好ましいですか？ということです。こういうことをいろいろ考えつつ、特許や知財の情報を、投資の判断材料の一つに、ぜひ加えていただきたいなと思います。

## 特許以外に、 技術の強みを知る手段はない

僕が特許を読む理由のもう一つは、「技術を具体的に知る」ためです。投資家向けの説明会などで「うちのコア技術は〇〇だ」とか「強みは△△技術だ」のような話がよく出ますよね。でも強みが「△△技術です」とか言われても、具体的なところは、専門家でない限り、多分、誰もわからないんじゃないかなと思います。

例えばナノテクノロジーが強みだといわれても、ナノテクノロジーって、範囲がめちゃくちゃ広いですよ。具体的にどの部分が強みで、どれくらい独占できているかなんて、ちょろっと説明されても、ほとんど誰も理解できないんじゃないでしょうか。

それを、言葉なり数字なりではっきりさせるには、その企業の特許を読むしかないんですよ。特許を読めば、この会社はナノテクノロジーの中でも特にこの部分が大事だと思っていて、多分そこが強みで、それについて200件の特許を取っているから他が真似できないくらいの強みなんだな、とか、第2位の企業に比べて3倍以上の特許があるからダントツだな、みたいに言葉と数字で明確に把握できます。

後で登場しますが、例えば3Mは、車のボディやディスプレイを保護するシートを開発販売しているのですが、貼るときに空気の泡が残らないようにする溝をシートにつけています。その溝のためだけに、なんと800件以上も特許を出しているんですね。もう他社は「降参です」ってなりますよね。花王も似たような感じです。これも後でお話ししますが、減塩調味料のコア技術である「味の改善」に関する特許網には、執念すら感じます(笑)。特許をガンガン出す企業は、それである程度長く儲けられるというある種の確信に基づいて、長期的な展望を持って、かつ、

途中で他社に足をすくわれたいのためにも、特許を出していると僕は考えています。

かつて日本のIT業界の多くの企業は、あまり特許を出さなかった時代がありました。10年ほど前に開催したセミナーで、参加したIT企業の知財担当者に理由を聞いてみました。すると「すぐに技術や製品が変わっていくから、出しても意味がない」「変化が早すぎて、出したころには、その特許は使わないから出さない」「IT業界はオープンソースの考え方が支配的だから、特許はIT業界の文化になじまない」とのことでした。でも、今は結構出しますよね。何が起きたんでしょうか（笑）。出せばよい、ということではなく、出し方も重要だ、ということでしょうね。そして

「業界の文化」より「企業としての戦略」が大事だ、ということでしょうか。

特許権は20年有効であることを踏まえ、20年間儲けていけるように、先読みをしてしっかりとした特許を取って、長期の成長を盤石にしておく。長期で成長できる自信があると、花王のように、少し業績が悪い年があっても配当を下げずに毎年増配できる。こんなふうには、特許や知財戦略と経営は、考え方や取り組みの姿勢というか、「哲学」のレベルや「根っこ」の部分でつながっているのだと思います。

本気で経営している会社は、やはり本気で応援したくなりますよね。では、そういう企業をどうやって見つけるか。特許がヒントになるんじゃないですか、ということです。

ここまでのお話を振り返ってまとめておきましょう。投資家が特許を

読むと、何が良いか。企業の中長期の未来の成長イメージが見えてくる。その未来の実現に対する本気度がわかる。技術を詳しく知ることができる。

主にこの3つが、僕が投資家の方に、特許を読んだほうがいいですよ、と推奨する理由なんですね。これが、皆さんの投資活動の参考になると思います。

# 03

## 「戦略性」と「課題解決力」。 これらの特許から読むことで チャンスが広がる

### 特許の発明者情報と 技術内容から戦略性が見える

特許を読んで、投資先企業の活動を把握したい場合、どこに注目して読めばよいのでしょうか。これは、投資家からよくある質問です。

ポイントは2つ。「発明者を知る」ことと、「技術を知る」ことです。技術を知ることは「そんなんアタリマエやん」と思われているでしょうから、まず「発明者を知る」についてのお話をしますね。

なぜ発明者に注目するのか。これも当たり前なのですが、アイデアや発明、技術は「人」から生まれます。だから「人」の単位で読んでいくことが重要なんですね。できればその「人」の集まりである「組織」のレベルで読んでいけると、企業活動の理解が格段に深まります。

先にお話しした本気度の視点で、少し例を挙げましょう。ある特許を読むとします。特許には必ず「発明者」という、特許に書いてあるアイデアや発明を思いついた人が最低一人はいます。では、その人が本気なんだろうか？ということですね。でも、企業は結局のところ組織で動きますので、一人が本気でも、なかなか動かないわけです。何が言いたいかというと、組織として本気でないと、まとまった数の特許は出てこな

いんですね。また、発明者が一人ではなく複数人であれば、その発明や技術開発が組織的活動なんじゃないか、という可能性が見えてきますね。こうやって、組織的な活動を特許から解き明かしていくわけです。具体的には、発明者一人ひとりを追跡し、組織としてどういう活動になっているか、地図のようなものをつくったりします。

特許情報は技術の中身がわかる情報源であると同時に、発明者が誰で、組織としてどういう活動をしているかもわかってくる、そういう、多面的な読み方ができる情報源なんです。ちょっと難しくなってきましたかね（笑）。

もうちょっとわかりやすい例で説明しましょうか。投資家の方からの相談で、「なんか、すごそうな発明が書いてあるけど、これってどうなの？ 楠浦さんどう思う？」みたいなのは、結構よくあります。この辺を例にして、解説しましょう。

例えば、一人の発明者がある技術について特許を一件出していることがわかったとしましょう。しかも、なんかよくわからないけど、すごそうな発明がいろいろ書いてある。でも、それ一件だけだ、となると、まあ、これは様子見なんじゃないかな？ 組織として取り組んでいる気配はないよね？ となりますよね。少なくとも僕はそうなります。つまり、特許を読むと、技術開発や研究開発の戦略性なんかも、見えてくるってことなんです。内容をよく読んで分析すれば戦略の中身も見えてくると思います。まずは戦略の有無が見えてきますよね。戦略のない発明にいちいち付き合っただけで企業に投資していたら、お金がいくらあっても足りないでしょう。戦略と本気度が見えてきてからで、十分間に合うと思います。

最近は減っているようですが、企業によっては、

「各自、年に〇件の特許を出せ」のようなノルマを課しているところなんかも、あるわけですね。そういう企業では、業務とあまり関係なくパツと思いついたものや、なんか無理やりひねり出したアイデアで特許を書いて出したりする人もいます (笑)。

まったく意味がないとは言わないですが、そういうのってあまり価値がない気がするんですよね。そうじゃなくて今まさに開発している技術のことであったり、これからやろうとしている新規事業について、まとまった出願をして地盤を固めながら事業に乗り出そうと思っているのであれば、順を追って何件か特許が出てきたりするので、戦略性がわかりますよね。この、特許から人や組織の情報を読み取り、戦略の有無を評価する、という視点は、企業活動を評価する上で非常に重要だと僕は考えています。繰り返しにはなりますが、企業や組織としての本気度、人としての本気度が見える、つまり、「現場の動き」が見えてくるのが特許情報の特徴なんですよ。

## **課題と解決法がわかるのは、 特許だけ**

次は、特許から「技術を知る」のお話をしますね。特許に書いてあるのは、厳密に言うと「発明」です。では「発明」とは何か。発明塾では、ある技術分野における「課題」と「解決手段」のセットを「発明」と呼ぶことにしています。発明とは「課題」と「解決手段」なんですよ。もう少しわかりやすく言うと、技術的に何か困ったことがあったんですけど、それを解決できましたよ、世界で初めてですよ、今まで誰も考えていませんよ、というのが特許における発明の定義であり、特許になる発

明、いわゆる「特許発明」なんです。

つまり特許には、課題とそれに対する具体例な解決方法が書いてあるわけです。これって、すごく重要な情報ですよ。場合によっては、事業や商品の方針そのものになります。だって、事業や商品の本質って「顧客の課題を解決して対価をもらう」ことじゃないですか？ それの特許に書いてあるので、いまどんな事業を考えているかが見えてくる可能性があるわけです。

楽天の事業と特許を例に説明しましょう。第5章 で詳しく紹介しますが、楽天はドローンを使った配送サービスを始める、と言っています。しかしそう言われても、具体的にどんなことを考えているかはわからない。また、どんな可能性があって、何が課題で、なぜ今までやってなかったのか、なぜそれを今まで誰もやれなかったのかなど、事業や商品の価値に関わるようなところはよくわかりません。

でも特許には、こういうことが問題になりそうだからこれはこうするんだ、など課題や課題の解決法が延々と具体的に書いてあるわけです。それらを丁寧に読んでいくと、だから誰もやってなかったのか、とか、そうやれば確かにできそうやな、っていうのが頭に入ってくるんですよ。

しかも、こういうことは、普通はIR資料には載ってないんです。内容として細かすぎるからでしょうね。大事なことなんですけど、だいたい書いてない。下手したら社長も詳細を知らなかったりする場合があって、書いても説明できないから書かない、ということもあるでしょう。また、企業が開発中の技術は極秘情報に近いので、そもそも公の場で話したくない場合が多いんですよ。

こんな感じで特許は、企業の現場レベルの活動が詳細にわかるすごい情報源なのですが、表現が堅苦しかったり、どこに何が書いてあるかよくわからなかったりして、正直言って読むのが面倒な部分もありますよね（笑）。だから、プロの投資家でも読んでいる人はまだ少ないですし、一般の個人投資家はほとんど読んでいないか、読んでいても深く読めていないと思います。でも、読めるようになると企業の活動がもっと解像度高く、しかも他者に先んじて見えてきますし、投資のチャンスを見つけられるんです。

# 04

## 専門家でなくてもOK。 知財を知れば、広い目で業界が 見られるように……

### VRの未来の用途は どうすればわかる？

ここまでで、知財や特許が投資、特に長期投資に役立ちそうだ、とか、特許を読むと企業がこれからやろうとしていることが見えてくる、ということをなんとなく理解いただけたでしょうか。

特許は、誰もが無料で読むことができる情報です。いつでも誰でもネットで検索できますし、その業界の専門家じゃなくてもアクセスできます。あとは、どう読むか、読みこなすか、だけなんですね。ここで大きな差がつく。でも、そもそもまだまだあまり読まれていないし、読めている人が少ない。

だから今からでも遅くないんです。読めるようになれば、かなりお得な情報源として活用できると思います。実は特許は、企業の戦略だけでなく、技術の未来を予測するのにも使えます。特許を調べて技術の未来がわかった！という例を一つ紹介しますね。

ほとんどの人がまだ気づいていないような技術や投資機会を、分野を問わず片っ端から探し出し、その将来性について討議するという活動を、

学生向け発明塾のOB・OGが集まって「発明塾投資部」と称して行っていた時期があります。まあ、トレーニングと実益(笑)を兼ねたOB・OG会みたいなものですね。発明創出のヒントになる情報を発明塾では「エッジ情報」と呼んでいるのですが、エッジ情報は、新規事業のアイデア出しのためだけでなく、投資機会を探すのにも役立ちます。

新規事業と投資は結局のところ表裏一体というか、根っこの部分でつながっているんですよ。

発明塾投資部では、2016年ごろにVR(バーチャルリアリティ)の未来の用途について、議論していました。今から少し、この話をします。

VRがどんなものかは、もう説明するまでもありませんね。そのVRの領域で「今後伸びそうな企業や用途」とか「まだ誰も想像してないような面白いアイデアが書かれている特許」を先回りして見つけてみよう！みたいな感じで、いろんな面白い情報を集めてみるところから、議論は始まりました。

## **VRは、**

### **痛みの緩和ケアツールとして伸びるか？**

VRがどこに使えるか。2016年当時は、ゲームを含め「こういうところに使ったら面白いんじゃないか」というアイデアは広く議論されていたのですが、具体的にどこに使わないといけないか、VRが絶対必要になるのは誰が何をするときなのか、誰もピンときていないような状況でした。

だから「VRって、なかなか面白い技術だし、いろいろ使われるんだろうけど、正直よくわかんないよね」みたいな感じだったんですね。口の悪い人は「そんなバカでかいヘッドセットつけて大変な思いまでして、

いったい誰が使うねん？」と言うような、そんなイメージの技術だったわけです。

でも、VR事業で最先端を行っていたアメリカのマジックリープ社を入口に特許を調べていくと、全然違う未来が見えてきたんです。

例えば、VR画像を見せたときの目の動きで脳の状態がわかるらしく、それも実際にデータを取って検証している、なんてことがわかってきたんですね。さらに特許と論文を調べていくと、VRヘッドセットは精神疾患の治療や脳機能の向上などを目的に医療の世界で使われそうで、しかも遠隔医療用デバイスとして在宅医療なんかで使われそうだなということが「先読み」できました。脳の病気を治すというのは、薬にせよ手術にせよ、それなりにハードルが高い。そこに一つVRというIT系のソリューションが出てくることによって、今まで治せなかった病気が治せたり、これまで医者の間診や画像検査などでは発見できなかった症状が判別できる可能性がある、ということがわかってきたんですね。他にも、VRは

「痛み」の分野と相性が良くて、痛みを緩和する治療法として伸びていくのではないか、という未来も見えてきました。

しばらく経って、このVRの医療応用の「先読み」についてセミナーでお話をしたら、ある大学の医学部の先生から「楠浦さん、2016、2017年くらいによくこんなことに気づきましたね」といわれたんですね。

「アメリカでも当時そういうことを言う人はごく少数で、日本では皆無だった、そんなこと言ったらバカにされていましたよ」とのことでした。

専門家であるがゆえなのかもしれませんが、医療や医学をやっている

人は「所詮VRなんてゲームでしょ」と思っていたのかもしれませんが。でも蓋を開けてみると、VR画像を見ることによって痛みが和らぐというデータが実際に得られていて、医療機器として使えるかもしれない。そんなことがわかったんですね。僕たちのように専門家じゃないからこそ、いろいろな視点で偏見なく情報を分析できる。それが、独自の「先読み」につながるのかもしれません。

丁寧に読めば、医療の専門家じゃなくてもVRが医療にどう使えそうか、具体的にわかってしまうわけです。それが特許なんですね。

## 10年前には 「車のモジュラー化」に疑問符が

もう一つ事例をあげましょう。

これはもう10年以上前、2012年ごろのお話なのですが、僕の母校である京都大学の卒業生の集まりで、大手自動車メーカーや建設機械メーカー、電機メーカー、工作機械メーカーなど有名なモノづくり企業に在籍されている大先輩の卒業生の方々と、モノづくりに関するパネルディスカッションをしたんですね。そこでは、設計法とか製品開発の新しいやり方が話題になっていました。

いろんなメーカーの人がいますので、機械製品と電機製品は少し違ふよね、とか、そもそも機械自体もだいたい電気化、電子化していますよね、とかいう話題になりました。そこで僕は「今後は自動車もEVになりますから、モノづくりも変わりますよね」という話をしたんですね。今までの機械屋の理屈、要するに、寸法を測って合うものを組み合わせるっていう世界から、電気屋の理屈で、とりあえず配線をつないだら動く、という世界になっていきますよね、と、まあ大雑把にいうとそういう話

をしたわけです。

こういう世界になると「組み立てる」という、機械屋がこれまでこだわってきた作業が、なくなるとは言わないまでも、すごく簡単になるんですね。

現在は、パソコンだって秋葉原や通販で普通に部品が販売されていて、それを買ってきて家で組み立てている人もいますよね。最近では、もうマニュアルもいないレベルで簡単につくれてしまう。極端に言えば、ディスプレイとキーボードとCPUなどを買って組み立てて配線したらオッケー、という世界です。こういうのを設計の世界では「モジュラー設計」と呼ぶんです。僕も設計者だったので、仕事柄そういうのに敏感なんです。

電気や電子の世界はだいたい「モジュラー設計」で、パソコンはその典型例なんです。パソコンメーカーのDellがなぜ伸びたかというところ、Build to Order（注文 組み立て）のビジネスを始めたからなんです。オーダー通りに部品をパッと組み合わせて、翌日に出荷することを、パソコンの世界でやり始めたのが Dell なんです。コンピューターは、それこそ20年以上前からモジュラー化されていたわけです。

だから僕は、自動車もEVになればモジュラー設計になるでしょうね、とお話ししたんです。「ちょっと部品買ってきて家で組み立てるわ」みたいな時代になるでしょう、と。そうすると中国のメーカーとか台湾のメーカーが、DellみたいなBuild to Orderのビジネスを始めて、注文したらパッとEVがつくれて、明日納品されるみたいな世界がくるかもしれません。そういう時代に今までの機械工学の時代のやり方でやっていて

も勝てないんじゃないですか？ 日本の自動車メーカーは、ほんまにそれで競争力を維持できるの？ パソコンも携帯電話も最初は、日本はいい線いっていたけど、すぐに韓国、台湾や中国に持っていかれましたよね？ そういう話をしたら、とたんに騒然としたんですね（笑）。

パネラーだけでなく、聴講者も「いや携帯電話と自動車は違う」とか「自動車はもっと複雑やからそんな簡単にはならない」とか「そもそも電気自動車の時代はこないだ」とか言い始めたりして、結構大騒ぎになりました。面白かったですよ（笑）。ちょうどその会に、当時学生だった発明塾生が1名参加してくれていて「いいものが見られたね、いい勉強になったよね」なんて話を後日していました。

## **知財に明るくなると、 異分野の未来も予測可能**

僕が先に「携帯電話」の例を引き合いに出したのには、ちゃんと理由があります。アメリカの通信用半導体メーカーで、Qualcomm（クアルコム）という知財戦略で非常に有名な企業があります。彼らは、携帯電話のデジタル化のタイミングで急成長したんですが、知財を武器にして、携帯電話を誰でもすぐつくれるようなデジタル機器にしちゃったんですね。

携帯電話が誰でもつくれて、安価になって大量に出回れば、通信用半導体も売れますよね。これがQualcommの戦略です。僕はこれを知っていたので、自動車だってもちろん相変わらずアナログなつくり方もできるけど、Qualcommみたいな企業が自動車業界に進出してきたらどうなるだろうか？ それでEVがデジタル機器みたいにつくれるようになったら、また日本は勝てなくなっちゃうかもしれないなって考えたんです。

でも、そもそも当時、自動車業界の人たちはQualcommのことを知りませんでしたし、そういう文脈が頭の中にないので「いやそれは通信業界の話であって、自動車は違う」とほぼ全員に反論されましたね。「また日本が負ける」みたいな話をしたので、感情的な反発なのかなと思ったのですが、たまたまパネラーだったコマツ時代の先輩が「楠浦の言うことはわからなくてもないが、自動車業界がそういう世界になるのは、自分はちょっと想像できない」とおっしゃっていたので、多くの聴講者にとっては、何を言っているか本当に理解できない、まさに

「ポカーン」という感じだったようです。

そのときから10年あまり経ちましたが、どうでしょう　　うか。台湾の電子機器の受託メーカーの鴻海精密工業がEV業界に進出するなど、僕が予想していた方向で世の中が動き始めているのではないのでしょうか。今回の事例はパネルディスカッションで他の方の話聞いて、その場でパツと思いついたことを話しただけで、特許を調べて先読みをした、ということではありません。でも、以前からQualcommの知財戦略を研究しよく知っていたから、このような発想になったんですね。先ほど、特許から「戦略」を読むんだというお話をしましたよね。僕の予想が当たったとか外れたとかいう、宝くじに当たった人の話を聞くようなイメージではなく、いろんな特許を読みながら、その企業や業界の「戦略」も学んでいくと、他の業界の未来についての「仮説」が見えてくるんだな、というイメージで捉えていただけると嬉しいです。未来が見える水晶玉を持っている人は、いませんからね（笑）。

皆さんそれぞれに専門がありますので、他の業界で起こった変化について深いところまでちゃんと見られている方は少ないんでしょう。今回

のように「通信は自動車と違う！」という反論は、その典型です。前述の医療分野の話も近い部分がありますね。

医療の専門家にとっては、VRはゲーム用でおもちゃである、というところで認識が止まっていたので「VRはゲームだから医療とは関係ない、ゲームの話をも医療の世界でされても困る」という意見になるわけです。携帯電話の話をも自動車と一緒にされても困るっていうのと、同じような構図ですね。

結局のところ、専門かそうでないかに関係なく、特許を読んで知財のことを勉強すれば、ある業界にどんな変化が起きるか、全部わかるとは言いませんが、妥当性の高い仮説や蓋然性の高い仮説が導き出せると僕は思っています。

また実際に、特許や知財の情報からそういった仮説を導き出して、いろいろな企業で開催している「企業内発明塾」や投資家との面談で、日々お話をしています。

わかりやすく言うと、知財を知ると、横串を刺せるというか、広い目でいろいろな業界のことがわかってくる、ということなんですよね。これは、僕だけでなく学生版の発明塾や企業内発明塾の参加者も、皆さんそうなるので、誰でもある程度わかるようになると思っています。

# 05

## 後発企業の将来性も、 「知財戦略」「特許戦略」を 知ることによって推測が可能に

### Sonos「スマートスピーカー」が 万能な理由

もう一つ最後に、投資の目利きとして、企業の知財戦略を理解すると、後発参入企業でも勝てそうか、成長できそうかどうか判断できるんですよ、というお話をします。

「スマートスピーカー」を製造・販売しているスタートアップで、Sonos（ソノス）という企業がアメリカにあります。ハイエンド製品に特化しており、その主軸である「Sonos One」という商品は、ご存じの人も多いかもしれません。

スマートスピーカーは、アメリカではAmazon（アマゾン）とGoogle（グーグル）だけで80%以上のシェアを持ち、残り20%の中にもApple（アップル）がいるという、巨大企業で大部分が占められている、独占・寡占市場です。でもSonosは、そのような競争の激しい領域に食い込んできて、じわじわ頭角を現しているんですよ。Sonosが、なぜ後発参入で、GAFAMと呼ばれる巨大資本の大手プラットフォーム企業たちと伍して戦えるようになったか。これも特許と知財戦略なんです。

Sonosのスマートスピーカーの主要特許に「音楽データにタイムスタンプを押して無線送信し、そのタイムスタンプを使って再生時に音楽を同期させる」というものがあります。家の中のどの部屋に行っても、完全に同期した音楽を聴くことができるスピーカーシステムを実現できる技術なんですけど、ちょっとわかりにくいかもしれませんね。もう少し解説しましょう。

例えば、部屋がたくさんある大豪邸をイメージしてください。それぞれの部屋にスピーカーを置いて、同じ音楽を鳴らして、家中どこにいても音楽をシームレスで楽しめるようにしたい、としましょう。

この場合、大豪邸ですし部屋数も多いので有線ではなく、無線で音楽データを飛ばして再生する方法になりますよね。そうすると、場所によってはマイクロセカンド、ナノセカンドのレベルでそれぞれのスピーカーから出る音がズレて、「音のうねり」が出る可能性があります。実際に体験したことがある人もいると思いますが、こっちの部屋から聞こえる音と、別の部屋から聞こえる音が微妙にズレているのって、結構気持ち悪いんですよ。

そこでSonosは、無線で送信される音楽データにタイムスタンプをつけて、どのスピーカーでもまったく同じタイミングで再生できるようにしたんです。

これってよく考えたら、この方法以外はありません。言われてみれば当たり前な発明なんですね。

ただ、当たり前なんだけど、誰も思いつかなかつたし、誰もやっていなかった。こういうのを思いつくのってホントにすごいことです。そしてこれが特許になると、すごく強い。

こういった独自の発想に基づく強い特許が、彼らのスマートスピーカーの差別化に、「意外な形」で一役買っているんです。ここで「意外な」と言っているのには理由があります。よくあるような、単純に「特許があるので他社が真似できない」みたいな技術や機能に関する差別化ではなく、「ビジネス戦略」「経営戦略」レベルの差別化につながっているんですね。すごく面白いので、ここはぜひ皆さんに、しっかり理解してほしいところです。

実は、SonosのスマートスピーカーではGoogleアシスタントとAmazonのアレクサ両方が使えるんです。両方使えるから、2台購入する必要がない。普通そんなことあり得ないですよ。特にGoogleは、いろいろな事業で競合しているAmazonと一緒にされたくないはず。なぜそれが可能になったかという、その答えが特許なんです。SonosはGoogleに対して

「あなた方、特許権侵害していませんか？」と訴えました。そして、「特許をライセンスしますから、GoogleアシスタントをSonosのスピーカーに実装させてよ」と言って、自分たちのスピーカーでGoogleアシスタントを使えるようにしちゃったんですね。

一方Amazonはというと、当時は割とオープンなスタンスだったらしく、たいした交渉もなくアレクサを入れさせたようです。だからこそGoogleは嫌がったと思います。すでに、Amazonのアレクサが入っているわけですからね。

一旦、まとめておきましょう。非常に便利なことに、SonosのスピーカーではAmazonのアレクサとGoogleアシスタントの両方が、なぜか使える。それは独自の発想に基づく「強い特許」の力によるものだった。大きさに言うと、特許の力で他にない顧客価値を生み出した。そういう

ことです。その後もSonosは、特許を武器に、先行しているAmazonとGoogleを追い落とそうとしています。「ダビデとゴリアテ」じゃないですが、スマートスピーカーの巨人2社に対して、優れた技術に加えて巧みな知財戦略で果敢に挑んでいる様子は、知財に関わるものとして、すごく頼もしく感じますね。いろいろな意味で、今後が非常に楽しみな展開になっています。

Sonosのスマートスピーカーはシェアとしてはまだまだですが、今後もっと伸びてくると思っています。圧倒的シェアを持つ1位のAmazonに対して、2位のGoogleは現在失速気味です。だからといってSonosが2位になるのは当面難しそうですが、販売は順調のようで、すでに存在感が出ています。

このように先発企業が独占しているような分野でも、技術の可能性を最大化できるような知財戦略をうまく考えて粘り強く実践すれば、後発でも事業参入が可能で、業績を伸ばしていける可能性があるんです。知財を武器にした後発参入の一つの例として、今後もSonosの動向には注目していきたいですし、こういう例を念頭に置いて後発参入を仕掛けている企業の動向を分析すれば、これまでとは違う景色が見えてくると思います。「後発参入企業」の勝ち筋を見極める材料の一つとして、特許情報をぜひ活用してください。

## 知財は 企業成長の武器になる

スタートアップではありませんが、花王の例も参考になります。これは第6章で詳しくお話ししますが、トイレタリー業界の花王が歴史ある「お茶飲料」の業界に参入し、健康飲料の市場を新たにつくりました。

これも知財戦略、特許戦略のなせる業なんですね。後発参入している企業で、特許や知財を武器にしているところは結構あります。

つまり、スタートアップでも大手でも、食品でも ITでも、特許を読んで知財戦略を理解すれば、どの分野に力を入れているか、後発参入でも勝てそうか、などについて判断材料が得られるんです。

皆さん、どうでしょう？ 投資に役立つ情報源として、特許に少し興味が湧いてきたでしょうか？ 次の章では、特許とはどういうものか、何がどう書かれてあって、どこを読めばいいのか、IR情報と比較しながら、もっと具体的に解説していきますね。