

急速なスピードで加速する少子高齢化を背景に、海外進出する企業は年々増加している。三枝国際特許事務所は海外に幅広いネットワークを持ち、契約書作成などのサポート体制も備えている。今回は、中小企業の経営戦略に精通している柚木正人氏が、2回に分けて国際契約の留意点について解説する。(監修：同事務所法務部顧問新出篤弘氏)

— 日本企業のアジア進出

現在、食品業界では中国・インドネシア・タイをはじめとするアジアへの進出が目立つ。アジア情勢の一部を見てみると、タイでは1,000軒以上の日本食レストランが存在しているが、これを支えているのは日本の醤油メーカーである。世界4位の人口であるインドネシアでは、所得水準の高まりとともに食の多様化が起こり「パン」の需要が増加。また、ベトナムに目を向けると、世界有数の即席麺の国であり、日本のインスタントラーメンの需要は多い。それぞれの国に進出し、成功している企業は競合との差別化として、その国の食文化にあわせた「味わい」を提供している。消費者の好みにあわせた商品開発は、日本企業の得意とするところであり、強みと言える。

一方、こうした強みを維持・強化し市場で勝ち残るには、模倣のリスクも考慮しなければならない。独自のコア技術に限らず周辺技術も含め、知的財産による保護は必須と言える。進出国ごとに法制度や手続きが異なることが多く、進出計画は海外の知的財産に精通した弁理士も交えて行うことが望ましい。

— 技術競争とアライアンス

近年は製品ライフサイクルの短縮に見ら

れるように、技術競争はタイムベース競争の側面を持っている。いち早く市場に参入するために、自社に無い経営資源の補完が必要であり、外部とのアライアンスを検討することが求められる。しかしながら、同一業界のアライアンスは利害関係の一致による結びつきがある一方で、技術や製品面で競合関係にあることもあり、自社の権利を充分に守ることが必要である。そのためには、どのような契約を締結するかが重要な要素となってくる。また、自社の利害のみに捉われない「歩み寄り」も忘れてはならない。同一業界に関わらずWin-Winの観点を持つことは、アライアンスを成功させるポイントである。

— 契約は何故必要か

契約において注意すべき基本は、「現在」を基準としていないことである。意外に思われる人がいるかもしれないが、この観点はしばしば忘れられてしまう。当然であるが、「現在、良好な関係」だからこそ契約を結ぶのである。極端な表現になるが、「現在」のみを考えるのであれば、「契約は不要」である。契約は、「将来」における不測の事態を想定して結ぶものであり、「現在の関係性」を基準にするものではないということが最も基本的な考え方である。また、大手企業との力関係により、本来の権利を主張できないような消極的な姿勢が見られることがあるが、「権利義務がお互いに必ず生じること」も契約の基本である。自社の不利益を回避するためには、専門家である弁護士や弁理士の助言を受け適切な対応をとることが望ましい。

次回(2月7日号掲載予定)は、契約における具体的な留意点を解説する。