

## 私の1人事務所経営

会員 日比 恆明



## 要 約

いわゆる1人事務所は、全事務所数の71%を占めて一番多い（日本弁理士会会員の分布状況・2022年4月30日現在）。1人事務所でも複数の事務員を雇用している場合もあるが、私は独立開業してから40年間、ほぼ一人で事務所を運営してきた。1人事務所のいいところは誰にも気兼ねせずに経営できることである。一日中スエットで仕事をしていても、事務所で昼寝をしていても誰からも苦情を言われない。また、1人事務所では小回りがきくことから、出願以外の特徴のある活動をすることも可能である。事務所の特異性を打ち出せば、顧客は自然と集まってくる。現在の社会情勢では、高度成長期のような出願件数の増加は望めず、事務所の規模を拡大することは難しい。これから独立される若い方は事務所の規模を大きくすること目指さず、特殊性を生かすことで気儘に生きていくことをお勧めする。

## 目次

1. はじめに
2. 独立してから
  2. 1 顧客の開拓
  2. 2 顧客の入れ替わり
3. 私の経営方針
  3. 1 資金の蓄積
  3. 2 固定費の圧縮
  3. 3 従業員の雇用
  3. 4 外部サービスの活用
  3. 5 事務所の特徴を出す
4. 「運」の研究
  4. 1 人が幸運を連れてくる
  4. 2 人脈の創り方
  4. 3 人脈の維持
  4. 4 マナーについて
  4. 5 知人は顧客ではない
  4. 6 人物の見極め
  4. 7 人脈のデータベース化
5. 私の執筆活動
  5. 1 リゾートホテルの取材
  5. 2 隙間商品の調査
  5. 3 玉の井の調査
  5. 4 玉音放送の調査
  5. 5 執筆活動による成果
6. コンサルタント業への転身
  6. 1 成果を評価し難い
  6. 2 開発の方向を決め難い
  6. 3 コンサルタント料を支払わない

6. 4 努力する気概のない中小企業主が多い
6. 5 いつかは実現してみたい
7. 弁理士の資格と私

## 1. はじめに

今年で弁理士会に登録して43年目、独立開業して40年目になる。独立してからほぼ一人で事務所を運営してきた。大成功とは言い難いが、可もなく不可もなく事務所を維持することができた。もう引退する時期に入ったので、開業して40年目の節目に私の事務所経営について説明しておきたい。これから独立される方の参考になれば幸いである。

そもそも、私が弁理士を目指したのは、「この資格は儲かる」という極めて単純な動機からであった。大学を卒業する年、先輩の弁理士から「この商売は儲かるんだぞ」と呟かれたのがキッカケであった。実際それは嘘ではなく、1972年2月の大手新聞紙には脱税業種ベストテンが掲載されていて、パチンコ店、不動産屋などに続いて弁理士が堂々と第9位にランクインされていた。「儲かる」という不純な動機により、その弁理士の紹介で新宿の特許事務所に就職し、試験勉強を始めることになった。

働き初めて2年目の春であった。その日は、日差しが柔らかくポカポカと暖かい日であった。事務所の窓

ガラスから下を眺めると、春の陽気の中で気持ち良く歩いている人達が見えた。その瞬間、「こんなに天気の良い日に外を自由に歩ける人達がいる。私にはそんな自由が無い。もしかすると、生活のために事務室の密室から外出できず、拘束された人生を送らなければならないのだろうか」という疑問が湧いた。その年の暮れには早々と退職し、受験という大義名分の下に無職浪人の身となった。

無職となってから金には不自由したが、時間は自由に使うことができた。午前11時頃に起床し、午後は井の頭公園まで散歩するという怠惰な生活を続けていた。誰にも拘束されない生活は気楽なものであった。とりわけ、冬の寒い日に頭まで布団を被って昼まで寝ていると、身体全体が柔らかい暖かさに包まれ、何とも言えない幸福感に浸ることができた。こうして、私のゲータラ人生が始まった。

## 2. 独立してから

浪人生活を3年ほど続け、5回目の挑戦で弁理士試験に合格した。29歳になっていた。試験に合格したが金は無く、かといって独立開業できるような実力はなかった。ひとまず、生活のために或る特許事務所で働くことになった。就職の条件は、出来高払いの自由出勤というものであった。現在のリモートワークのようなもので、自宅で明細書を作成し、期限までに事務所に届けるといった勤務形態であった。生活のリズムは以前の浪人時代とほぼ同じで、夜更かし朝寝坊の生活であった。

そんな生活を3年も続けていたが、明細書作成の下請け仕事に飽きてきた。弁理士としての仕事の流れも把握できたので、そろそろ辞め時か、と感じたからであった。また、将来のために、自分なりの人生計画を立てなければならない年齢になってきたことも理由であった。

### 2.1 顧客の開拓

独立しても仕事を依頼してくれる顧客が無ければ開店休業である。このため、顧客を獲得しなければならないが、どの弁理士も独立した当初は顧客探しに苦労されたと聞いている。しかし、私は営業活動をしたことがなかった。その理由は、何となく顧客が近寄ってきてくれたからであった。

独立開業を決断した頃の或る日、私が勤めていた特

許事務所にコンピュータのセールスマンが訪問してきた。「事務のデジタル化のためコンピュータを導入しませんか」という飛び込み営業で、そのセールスマンとは初対面であった。パソコンが普及する前の時代で、その頃はビジネスコンピュータと呼ばれて机一つほどの大きさがあり、数百万円もしていた。コンピュータに多少関心を持っていたので、受付の机を前にして立ち話することになった。技術的な説明を受けていたところ、何故かそのセールスマンと馬が合った。終業の時刻になったのでその日の仕事を切り上げ、近くの喫茶店に移動して雑談を続けることになった。

そのセールスマンが勤めていたのは、ソフトウェア開発が主たる業務の東証一部上場の企業であった。雑談をしている内に、そのセールスマンの勤め先が顧問の弁理士を捜している、という話を聞き込んだ。その頃、その企業はソフトウェアばかりでなく、コンピュータの周辺機器を製造する事業部を新たに立ち上げている最中であった。新商品の開発に伴って発生した発明は知財で保護する必要がある。そのため、その事業部では弁理士を捜していたのだ。私にとって渡りに舟で、そのセールスマンに頼んで新事業部の部長を紹介してもらうことになった。この企業が私の顧客の第1号となった。独立する2カ月前のことであった。

### 2.2 顧客の入れ替わり

その企業とは10年位お付き合いさせて頂いたが、事業部の廃止と共に私との縁は切れてしまった。しかし、知人の紹介で東証二部に上場したばかりの企業を紹介して貰うことができ、入れ替わるようにして新たな顧客を獲得できた。その企業もやはり10年位顧客になって頂いたが、業績不振により民事再生法の適用を受けたため縁が切れてしまった。その後も知人の紹介でさらに別の企業が顧客となり、常に仕事が切れることはなく、事務所を継続できた。

さて、一度獲得した顧客（企業）が永久に存続するのであれば、事務所の経営は安定する。しかし、企業の寿命は30年と言われ、昨今では技術進歩が激しいため企業の寿命も短命になってきた。頼りにしていた顧客が解散、倒産したならば事務所も同じ運命となる。事務所を継続するには、常に新しい顧客を獲得する努力をしなければならない。しかし、私の場合は、知人の誰かが新しい顧客を引き合わせてくれたので、

頭を下げて営業することは一度もなかった。ただ、知人が顧客を紹介してくれるための努力は続けていた。それは、後述する執筆活動であった。

### 3. 私の経営方針

私の事務所経営は、端的に言えば「あなた任せの他力本願」である。顧客から仕事の依頼や相談があるのをただ待つだけであった。常に「待ち」の状態の経営であり、それが特許事務所の宿命とも言える。食料品や日用品のような定期的に消耗することが見込める商品の販売であれば、顧客を回って営業することができる。しかし、弁理士が顧客に出向いて「発明や商標はございませんか」と御用聞きに廻っても、仕事を受注することはできない。弁理士に限らず、どの士業でも共通する悩みではなからうか。

「待ち」の経営で一番困るのは、仕事の波が激しいことである。全く仕事が無い時期が2カ月、3カ月と続くことがあれば、毎日徹夜しなければならないほど忙しい日が続く時期もある。それにつれて売上高の変動も激しく、全く収入が無い月もあれば、数カ月分の売上を1カ月で得てしまうこともある。独立したての頃は、仕事量の変動に困惑した。3カ月も収入が無いと「このままではジリ貧となって、生活ができなくなるのではなからうか」と不安になった。しかし、数年間の毎年の売上高を集計してみると、各年度の売上げはほぼ同じであった。短い周期で仕事の波はあっても、長い目でみると売上げは平準化され、大きな変動はないことが判った。このことから、仕事の受注に波はあっても、年間を通じて均せばほぼ同じ収入になると理解し、不安になることはなくなった。

このように、特許事務所の経営は一般の企業や商店とは違った特異な業態であることから、独自の経営方針を立てることにした。経営方針と言っても零細な事務所であるため、大げさなものではないが、収入が皆無となって飢え死にしないような対策を考えた。

#### 3. 1 資金の蓄積

独立して真先に計画したのは、事務所の資金を確保することであった。売上げが無くなったとしても、少なくとも一年間は事務所を維持できるだけの資金を貯めることにした。資金に余裕があれば、安い仕事を受注することもなく、無理な注文を断るだけの勇気も出る。それほど大きな金額ではないが、ある程度の資金

があれば精神的にゆとりが出て、長期的な見通しも立てやすくなる。

#### 3. 2 固定費の圧縮

事務所運営にかかる経費では、固定費を極力少なくすることを常に考えた。固定費とは、毎月支払わなければならない費用のことである。家賃は毎月発生するので仕方ないが、備品、事務機器などはリースをしなかった。新規に事務所を開業するとなれば、机、ロッカーなどの備品やパソコン、プリンターなどの事務機器を揃えなければならない。これらを一度に購入するとなれば大変な金額になる。リース契約は、これらの備品、事務機器をリース会社から借りて使用し、毎月リース料を支払う仕組みであり、初期費用が安くなる利点がある。その反面、契約期間中は毎月リース料支払いの義務が発生する。収入がある月では支払いには困らないが、収入が無い月でもリース料を支払わなければならない。毎月必ずリース料を支払うことになれば、精神的に大きな負担となる。そんな精神面での負担を避けるためリースの契約は一切しなかった。全て現金決裁を旨とし、必要な機器があっても、目標とする金額が溜まるまでは我慢した。

また、クレジットカードの利用も極力避けることにした。カード払いと言っても一種の借金であり、将来の収入を当てにした消費である。不動産のような高額な支払いでは銀行からローンで借り入れなければならないが、家電や飲食費のような小額の支払いにはクレジットカードを使用しないことにした。

#### 3. 3 従業員の雇用

特許事務所を経営して大きく儲けるには、事務所の規模を拡大することである。ビルの広い部屋を借り、能力のある従業員を多く雇用し、毎月一定量の仕事を依頼してくれる大企業を顧客にすることである。極めて単純な理論であり、独立開業した弁理士は事務所の規模を拡大する傾向にある。しかし、事務所を拡大すると事務所の賃貸料、人件費などの出費も大きくなり、リスクも大きくなる。万一、大口の顧客が倒産したり離れていった場合には相応のダメージを受けることとなる。「事務所を拡大すれば必ずリスクが発生するものである」と割り切れればそれでいいことかもしれないが。

私は独立してから1人事務所を貫き、拡大すること

は考えなかった。私には事務所を大きくするだけの度量が無かったのが理由であるが、それよりも、気儘な人生を送りたかったのである。知人から頼まれて、数年ほど女性事務員を雇用したことがあった。しかし、人件費は毎月必ず支払わなければならない、事務員の月給を捻出するために仕事量を増やさなければならなかった。事務員の雇用を維持するために働いているのか、自分のために働いているのか判らなく、馬鹿馬鹿しくなった。事務員が都合により退職してくれた時には、内心「やれやれ」という感慨が湧いたのを記憶している。それ以来、私は事務員を雇用することなく、一人で事務所を切り回すことにした。

### 3. 4 外部サービスの活用

現在は各種の事務を代行してくれるサービス会社が増えてきた。例えば、電話の受け取りを代行する秘書サービス会社がある。外部から事務所にかかってきた電話を転送し、用件を聞き取ってくれるサービスである。事務所を無人にしても顧客からの連絡を受け取ってくれる。顧客は、私が1人事務所であることを理解していて、電話の転送先に用件を残してくれるため、不便を感じたことはなかった。

また、インターネットの発達により、顧客とはメールで連絡でき、ウェブ会議で面談することもできる。図面作成会社への発注やデータの受取りもネットで完了できる。事務用品の注文、銀行の振込なども事務所内で処理することができ、外出する必要はなくなった。このような代行サービスの充実やインターネット技術の進歩により、1人事務所であっても何の不自由も感じることはなくなった。

### 3. 5 事務所の特徴を出す

私の事務所の方針は「何でも相談に対処します」というものである。中小企業の顧客が多いため、特許や商標のような出願依頼の他に色々な相談が舞い込んで来る。弁理士の業務の領域外であるが、できる範囲で顧客からの相談に対処してきた。依頼が一番多かったのは新商品のニュースリリースの作成であった。顧客が新商品を製造しても、それを一般に向けて告知することができない。このため、私がニュースリリースの原稿を作成し、新聞社、雑誌社に配信した。マスコミ関係者に知人が多かったので、新聞、雑誌に新商品の紹介記事が掲載される確率は高かった。

その他に、新商品の操作マニュアル書の作成や、試作品を製作してくれる下請企業を捜す作業も請けた。私が処理できないような相談であれば知人を紹介することにした。1人事務所であるから活動範囲が狭い、というのは先入観である。むしろ、大きな事務所では対処できないような細かな相談を望んで受けることで仕事量を増やすことができた。中小企業には自社で解決できない問題が常に発生しており、それらの相談に対処する、という姿勢を打ち出すことにした。

## 4. 「運」の研究

話は変わって、「運」について考えてみたい。上京した20代の時から、私は運という形の無いものに関心を持ち、運とは何であるかを考え続けてきた。

一般に、運とは偶発的に得られる利益と思われている。道端で百円硬貨を拾ったことも運であり、1億円の宝くじに当選することも運である。これらの運は偶発的に巡り会うものであり、確実性のあるものではない。ただ、人間は、何時かは私にも運が回ってくるはず、と夢を持って生きている。その根拠に、娯楽映画では、平凡な主人公がさほど努力せずに幸運を掴んだ、というストーリーが多い。このような娯楽映画を観ていると、観客には「もしかすると、私も映画の主人公のような幸運が舞い降りてくるのでは」という楽しさを持たせてくれる。人々が映画を鑑賞するのは、映画によって心の中にささやかな望みを抱かせるからである。しかし、現実には、映画にあるようなハッピーエンドは有りえない。

### 4. 1 人が幸運を連れてくる

では、どの様にすれば運が回ってくるのだろうか。私は、運を連れてくるのは「人」である、と結論した。前述したように、私の最初の顧客になってくれた企業は、飛び込み営業に来訪したセールスマンの紹介であった。もし、このセールスマンの営業を断って追いついたならどうなったであろうか。その企業は別の弁理士を捜し出し、その弁理士を顧問に迎えたであろう。偶然かもしれないが、私がそのセールスマンと知人にならなければ幸運は回ってこなかった。

運が回ってくるようにするには、めぐり合う機会を作ることであり、同時に何が運であるかを瞬時に判断し、その運を掴む訓練をしておかなければならない。運というのはほんのささやかな一瞬の出来事であり、

それを瞬間的に掴み取らなければ逃げていくものである。

#### 4. 2 人脈の創り方

こうして考察すると、幸運は偶然に舞い落ちるものでなく、人から伝えられるものであることが分かる。多くの幸運を掴むためには、私を信頼してくれる知人を増やすことが必要となる。いわゆる人脈の形成であり、人生で人脈が大切であることは私が力説するまでもない。人脈に関心を持っている人が多いため、書店の棚には人脈に関するハウトゥー本が並んでいる。ただ、それらの書籍を参考にして行動してもあまり役に立たない。何故なら、弁理士という特殊な業種に向けた人脈形成の解説書は見当たらないからである。

私の人脈の形成方法は、「自然な形で出会い、何となく知り合う」ことである。昔から「袖振り合うも多生の縁」という故事がある（「多少の縁」ではなく「多生の縁」が正しい）。袖が振れ合うような小さなキッカケは、前世から結ばれた因縁である、という仏教用語である。私はこの故事を「道を歩いていて、肩や手が触れたりした人達は全てこれから交際を始める知人の予備軍である」と解釈している。即ち、人脈とは何処でも何時でもできる、というのが私の信条である。

自然な出会いを旨とするため、私の知人には旅先で知り合った人達が多い。同じ観光地で同じ体験をした人達とは共通する思い出があり、交際が長続きする。二番目に多い知人は、私の講演会やセミナーに参加してもらった人達である。1時間程度の講演により、私個人を理解されてみえるので、知人になりやすい。意外なことであるが、同窓会で新しい知人を作ることも多かった。高等学校に3年間通っていても、同じクラスにならなければ知り合うこともなく卒業してしまう同窓生は多い。卒業後の同窓会で出会い、趣味や嗜好が似通っていたことから新しい知人となることから、付き合いが深くなるが多かった。

人脈の形成では多くの知人を持つ必要があるが、無理をして交際を続ける必要はない。気心やそりの合わない人と無理して交際する必要はない。或る弁理士は、「私は他人から尊敬されなくてもいい。ただ、多くの人から好かれたい。皆から好かれると顧客が増えてくる」という自説を展開されていた。なるほど、そ

の人との会話では、話題が豊富で楽しいものであった。しかし、話題の内容はあまり上品なものとは言えず、品格が疑われるようであった。品格を落としてまでして他人から好かれる必要はないのでは。

人脈を創り上げるには、先ずは多くの人と出会う必要がある。30年ほど前のバブル時代には社会全体が浮かれています、都内の各所では毎夜のようにパーティが開催されていた。サラリーマンなどが主催者となり、貸し会場に知人やそのまた知人などを集めた一種の飲み会のようなものであった。そこでは未知の人と出会うことができ、知人の輪を広げていくことができた。そのようなパーティに参加し、一年間で2000人の名刺を集めた人がいる、という記事を当時の新聞で読んだ記憶がある。このようなパーティでは多くの人と簡単に知り合うことができるが、はたして名刺の数を多くしたとしても人脈を形成できるかどうか疑問である。単に顔を合わせただけに過ぎず、そこから深い交際に発展するのは難しいのではなからうか。

昨今では、ネット上で「異業種交流会」とか「名刺交換会」という活動を告知した広告を見かけることがある。このような会合では未知の人達と容易に知り合うことができる。しかし、参加されている人達は、どちらかと言えば利用できる相手を捜すのが目的の人が多そうだ。全ての参加者がそうであるとは断言できないが、中には保険の勧誘や自己啓発セミナーの募集をする人達もいるので、このような会合への参加はあまりお勧めできない。

#### 4. 3 人脈の維持

未知の人達と知り合って知人になっても、その人脈を長続きさせる必要がある。人脈の維持には、相手を思いやる気持ちが必要である。「思いやり」とは相手に対する心遣いであり、親しみを持って接することである。優しい言葉で相手を褒めても、表面的な親切は直ぐにバレてしまう。知人との交遊を長続きさせるには、自然体でお付き合いすることである。

人脈を維持するためには色々な工夫をしてみた。先ず、知人に何か依頼したり、骨を折ってもらったような場合には必ず礼状を出すことにした。礼状には工夫をした。例えば、礼状に使う絵ハガキはメトロポリタン美術館で購入した。絵ハガキには小さな文字で美術館名が印刷されているため、知識のある人ならどこで購入したものかを判別してくれるはず。要するに「粹

な演出」を工夫することである。昨今は電子メールで礼状を送る人もおみえになるが、ハガキで礼状を受け取るのと電子メールで受け取るのでは、相手の反応は違って来るはず。小さな工夫をすることで、貴方には敬意をはらっています、という意思表示を伝えることである。

また、不定期であるが、個人的な体験を写真と共にエッセイにしてメールマガジンで発信することも続けた。メールマガジンを作成するのは時間がかかるが、時々話題を文章にするため、知人からの反応は良かった。

#### 4. 4 マナーについて

私が開業して間もない頃、銀行の新入社員に接客マナーを教育する専門家と知り合い、仕事内容を聞く機会があった。その専門家は、「私が新入社員に教えているマナーは大げさなことではなく、書店で販売しているマナーの書籍に掲載してあることばかりです。特別なマナーを指導しているわけではありません。ただ、教育を受けた新入社員が、その平凡なマナーを実行できるかどうかだけなのです」と解説してくれた。このため、マナーとは、相手を気づかう心持ちを表現するものである、と理解した。

それ以来、他人がどのようなマナーを実行しているか、を研究するようになった。特に、接客業の人達が顧客にどのような対応をしているか、を注意して観察することにした。参考になるようなマナーは真似をし、顧客に不快な思いをさせるような言動は反面教師として自己に戒めるようにした。

#### 4. 5 知人は顧客ではない

このようにして知人を増やし、人脈を形成していくのだが、肝心なことは知人を顧客にしないことである。また、知人に頼んで顧客を紹介してもらうことも避けた方が良い。目先の仕事が欲しいため無理な営業をすれば交遊関係は破綻し、悪い噂が広まる原因となる。自分の利益が顔に出るようでは誰も近寄って来なくなる。

人脈を形成し、交遊関係を良好となるように維持すれば、何時かは知人が顧客を紹介してくれる。顧客を紹介されたなら、誠実に対応すれば良いだけである。ただ待っているだけの経営は何だか頼り無いように思われるが、確率の問題で何時かは誰かが顧客を紹介し

てくれた。実際、私はこの方法で40年間生きてきたのだから。

ただ、知人には、日頃から「あの男は使える人間だ」とか「面白いことをしている男がいる」という印象を残しておくことは必要である。平凡な能力しか持ちあわせていない男には、親しい知人であっても顧客を紹介することは躊躇するであろう。

#### 4. 6 人物の見極め

人脈を広げるために未知の人物と出会うのだが、その人物が果して私にとって有利な人物か不利な人物であるかを見極める必要がある。有利不利と言っても金銭的なものではなく、付き合っていて不快にならず、私の心情が通じる性格の人物である。知人となったのだが、私を利用するために近寄ってきた人物もいた。騙されたこともあったが、それは勉強代として割り切るしかない。社会には色々な人物がいて、性格、思想は千差万別であり、短時間で人物を見極めるのは難しい。人物を見極める能力は書籍や学校の授業からでは得られない。この能力は経験によらなければならず、何度も失敗する体験を積み重ねるより方法はないであろう。

知り合った人物が嫌な性格であったりすると、人脈を広げようとする気力が挫けてしまう。だが、狭い範囲内で人的交流を続けていけば、時間の経過により知人は減少してしまう。事務所を運営していくためには、失敗を恐れず、常に新しい知人を見つけて人脈を広げる必要がある。

#### 4. 7 人脈のデータベース化

色々な人物と出会って知人になったとしても、その人物の印象を頭で記憶しただけでは記憶違いなどが出てくる。このため、人脈をデータベース化し、パソコンで管理することにした。独立してから間もなくパソコンが安価に出回るようになり、専用のソフトに知人のデータを入力し、人脈のデータベースを構築した。知人の氏名、住所を入力するのは当然であり、出会った日時、紹介してくれた人、出会った時の印象などもデータとして入力した。転勤や転職などにより、住所や連絡先が変わった場合には、その都度修正し、最新の情報となるように維持した。

人脈のデータベースは年賀状の発送には便利で、住所録のような紙で管理していた時に比べて発送漏れな

どがなくなり、便利になった。常にデータの更新をするが古いデータは消去せず、そのまま残すことにした。後年になって再会することもあるからだ。

年に数回はデータを見直すようにしている。パラパラとデータを捲るように見直していると、最初に出会った時の印象、その後の足取り、現在の状況などを思い起こすことができる。どの様な人がどのように成長していったか、などを想像することができ、人物を見極める訓練にもなった。

## 5. 私の執筆活動

私の趣味は文章を書くことである。子供の頃から読書好きで、独立開業してからは、時間に余裕があれば原稿をまとめ、雑誌・新聞に投稿していた。自分が書いた原稿が採用され、活字となって雑誌・新聞に掲載されると何とも言えない嬉しさがあつた。

雑誌・新聞に原稿を掲載することは私の趣味であるが、同時に営業活動でもあつた。大手の新聞紙は一日に数百万部が発行されている。すると、一日に数百万人が私の原稿を読んでくれることになる。新聞は、私に代わって全国に営業活動してくれる巨大なセールスマンと言える。しかも、この営業活動の費用は無料なのである。

どの新聞社にも毎日数百件もの投稿があり、編集部はその中から紙面に掲載するに値する原稿を選んでいる。社会の必要とするテーマで、内容が論理的な展開をしていなければ原稿は採用されない。投稿が編集部のフィルターを通過することは簡単ではなく、正に狭き門を潜るようなものである。投稿が新聞に掲載されることは、プロの編集人が内容を保証したようなものである（人格を保証したのではないが）。現在は著名な小説家、評論家でも、無名の時代には投稿を重ね、実力を蓄えられて成長された方は多い。

文章を書き始めた頃は、本業の知的財産権に関連したテーマが多かつた。特許法、商標法の改正があればその要点を解説したり、知財に関する紛争があればその経過を説明していた。しかし、知財に関するテーマで原稿を作成することは2、3年で止めることにした。知財に関心を持つ読者は少なく、苦勞して原稿をまとめても反響が薄いからである。読者層が広く、かつ、プロの執筆家が手を出したがるジャンルを見つけることにした。

## 5. 1 リゾートホテルの取材

独立開業してからは毎年のように海外旅行に出掛けていた。渡航先は主にアメリカで、ニューヨークなどの北米東海岸方面が多かつた。数回渡航している内に、リゾートホテルに関心を持つようになった。海外で運営されているリゾートホテルの設備、サービスは日本より進んでいた。絶海の孤島に隠れ家のような客室を建て、島全体を一家族にのみ貸し出し、ヨーロッパから招いた一流のシェフによる最上の料理を提供するようなリゾートホテルは珍しいものではない。有名な個性派ホテルには、チャールズ皇太子とダイアナ妃が新婚旅行に利用した Necker Island がある（このようなホテルを Small & Luxury Hotels と呼ぶ）。宿泊費は極めて高額であるが、世界にはそこに宿泊できる富裕層が存在している。富裕層が利用するため、日本国内では成立しないような極めて豪華なサービスを提供する高級リゾートホテルが成り立っている。

さて、日本で海外のリゾート地と言えばハワイを連想されるが、北米に居住する人達が避寒地として選んでいるのはカリブ海方面である。この地域にはクルーズ船が寄港するリゾート地も多く、ここでは最先端のリゾートビジネスを観察することができる。現在でもそうであるが、日本ではカリブ海地域に関する情報が薄く、未開拓であつた。このため、私は取材する地域をカリブ海方面と決め、超個人的なリゾートホテルを取材することにした。

幸運なことに、私が取材を開始した頃、日本ではリゾート産業の育成と国民の余暇活動の活性化のための総合保養地域整備法（リゾート法）が1987年に施行された。当時の日本ではバブルが始まり、社会全体が金余りとなってハワイやカルフォルニアのリゾート地が日本の不動産業者に買い占められた時期でもあつた。日本のマスコミは海外のリゾートホテルに関心を持っていたため、素人の私の原稿でも採用してくれた。

リゾートホテルの取材をする手順としては、先ず在日大使館の政府観光局と交渉することであつた。各国政府観光局は日本人の観光客誘致に熱心で、取材の条件を説明すると日程をアレンジしてくれた。政府観光局は、日本の雑誌に紹介して貰うために全面的に協力してくれた。こうして、私のリゾートホテルの取材は1988年のジャマイカから始まつた。

その後、各国の政府観光局と交渉し、取材を続ける

ことになった。思い出に残るのは1991年に渡航したキューバであった。この年、キューバ政府は外貨獲得のために観光立国宣言をし、観光客の勧誘に力を入れ始めていた。私の取材企画に、在日キューバ大使館は積極的に対応してくれ、ジャーナリストビザを発給してくれた（社会主義国でジャーナリストビザを受給するのは比較的難しい）。現地では自動車一台を無償貸与してくれ、全行程に運転手、ガイドの2名を付けてくれた。一週間の取材旅行は極めて快適なものであった。

北米のマイアミから南米のベネズエラまでのカリブ海地域には28カ国の独立国がある。全ての島国を回るには10年かかった。私の取材が終わる頃には日本のバブルも弾け、日本のリゾートブームも終焉した。

リゾートホテルを取材している最中に感じたことは、リゾートのような観光情報は一過性のもので恒久的ではない、ということであった。リゾート地やホテルは毎年のように進化し、情報が常に新しいものに更新されている。私が取材したリゾートホテルの情報は読み捨てにされるものであった。このため、次からは、原稿の内容が陳腐化せず、永続性がある百年後でも読まれるテーマにすることにした。



キューバ政府が発給してくれた報道用のプレスカード

## 5. 2 隙間商品の調査

1988年頃に或る零細企業が私の顧客になった。従業員が数名の町工場であったが、社長は極めて金払いの良い人であった。暫く社長と付き合っているうちに、その企業は隙間商品を専門に製造しているニッチ企業であることが判った。隙間商品とは、大量生産が得意な大手企業は手を出さないが、全国に広く薄く需要がある生産量の少ない商品のことである。生産量は少ないが、必ず需要があるため利益率が極めて高い特徴がある。この社長と知り合ったことで隙間商品に関心を持つことになった。しかし、過去に発刊された書

籍、雑誌などを検索しても隙間商品を研究した事例は見つけられなかった。私が研究するには面白いテーマである、と判断した。

取材の企画書を作成し、あちこちの雑誌社と交渉したがどこも相手にしてくれなかった。1997年になって、雑誌「φ（ファイ）」を発行する富士総合研究所（現、みずほリサーチ&テクノロジーズ）の編集長が企画を採用してくれたため、取材が実現することになった。企画を立案してから数年経過していた。これが最初の機会となり、全国のニッチ企業の取材を開始することになった。バブルが弾けたと言ってもこの頃は雑誌社にも未だ余力があり、全国のあちこちに出張して取材するだけの取材費は潤沢に出してくれた。雑誌「φ」には2年間連載したが、その後は信用金庫、信用組合系の雑誌などに連載することになった。

各種の雑誌に連載した原稿は加筆訂正し、単行本にして発刊した。発刊したのは次の2冊である。

- (1) 下請けやめてニッチをめざせ!!

ウエッジ社 2002年発刊

- (2) くたばれベンチャー!

秀和システム社 2016年発刊（絶版）

私の単行本が発刊されてから、経済学者などから隙間商品に関する論文が散見されるようになった。それらの論文には私の著作が引用されていた。他に類書が見つからなかったからであろう。多分、これからも類書が出現する可能性は薄いと思われる。全国に散らばる個々のニッチ企業を取材するのは時間と経費がかかるためである。



ウエッジ社から刊行した「下請けやめてニッチをめざせ!!」の表紙1万5千部販売し、現在も販売を継続中



隙間商品の取材から出版までの経過については、「PATENT 誌」2019年3月号に詳しく掲載したのでそちらをご参照されたい。

### 5.3 玉の井の調査

玉の井とは、墨田区にあった色街である。永井荷風が著した小説「溷東綺譚」の舞台として有名である。いわゆる赤線街と呼ばれ、カフェが立ち並び、女給が客引きをしていた地域である。1996年に東向島を散策していたとき、偶然にカフェの関係者と知り合うことができ、今は無くなったこの街の歴史に関心を持った。

色街で特に有名なのは東京の吉原、大阪の松島、京都の島原で、これらの地域については数多くの研究書が見受けられる。しかし、場末であった玉の井を調査した研究書は少なく、内容に偏見が多いものであった。このため、先入観を入れずに、客観的な記録を残してみようと考えた。口コミで関係者を見つけ出し、聞き取り調査を行った。同時に、埋もれていた紙資料や官公庁で発行していた報告書を見つけ出すことにした。

1958年まで色街にあったカフェは保健所、公安関係からの許可を受けて営業しており、不法ではなかった（現在は違法である）。不法な営業ではないので、関係者が当時の体験を表に出しても問題は無いと思われた。しかし、春を売る商売であることから関係者の口は重く、簡単には聞き取りできなかつた。私の意図が不審なものでないことを地元の人達に理解してもらうのが最初の仕事となった。知り合った関係者と飲酒を共にして、信頼関係を築くことに時間がかかった。毎月のように東向島に出かけたので町内の地理には詳しくなった。私が調査を開始した頃はカフェの関係者は多数健在であった。その後、関係者は鬼籍に入られたので、二度と同じ調査はできない。色街の聞き取り調査としては最後のチャンスであった。

この調査を開始する際には、作業には少なくとも10年かかる、と覚悟していたが、やはり完了するまでに12年かかった。それから原稿の作成に取りかかったが、完成するにはさらに2年の歳月がかかった。次いで、原稿を単行本として発刊してくれる出版社を見つけなければなかつた。出版不況に入った頃であり、マイナーな内容を発刊してくれるような出版社は皆無であった。交渉した出版社は10社以上になり、

聞き取り調査よりも発刊してくれる出版社を見つける方が困難であった。紆余曲折はあったが、2010年に自由国民社から「玉の井 色街の社会と暮らし」というタイトルで発刊できた。

出版してから暫くの間は反響は無かつたが、永井荷風と関連のある玉の井であることから時々講演を頼まれることがあった。老人大学や生涯学習センターなどの公共団体からの依頼が多かつた。その中で、2014年に市川市文学ミュージアムが主催してくれた講演会は参加者が一番多く、印象に深いものであった。講演内容は映像で記録していただき、作家冥利に尽きるものであった。



自由国民社から刊行した「玉の井 色街の社会と暮らし」の表紙  
3千部印刷し、現在も販売を継続中

### 5.4 玉音放送の調査

現在、取り組んでいるテーマは「玉音放送」である。敗戦の時、昭和天皇が読み上げた詔勅を全国に流した放送である。1996年頃から玉音放送に関心を持ち、陸士、海兵、放送協会（現、NHK）、同盟通信（現、共同通信）の関係者から当日の体験を聞き取りした。聞き取った人数は300名以上で、中曾根康弘、李香蘭、森英恵などの著名人にも取材できた。聞き取った内容は雑誌に掲載したが、まだ全体の一部である。私の残り少ない人生で全ての聞き取りを文章化するのは無理かもしれないが、できるだけ多くの体験談を記録する予定である。

### 5.5 執筆活動による成果

私が高校を卒業する時、ぼんやりとしていたが人生の目標を持っていた。それは、何時かは自分の著名で

単行本を出してみたい、という願望であった。その目標は、高校を卒業してから30数年が経過してから実現した。自著が書店に並べられたときは感慨無量であった。出版社の担当者からは「これで貴方も文化人」と言われたことを記憶している。

私の執筆活動では全く利益は出なかった。むしろ大赤字であった。何故損をするような執筆を続けてきたかと言えば、私が生きてきた足跡を残したかったからである。文章として紙に残せば、100年後であっても誰かが私の著作物を読んでくれるはず。内容が色あせないのであれば、100年後でも私の人生を評価してくれるかもしれない。そのために、時間が経過しても陳腐化しないテーマを選び、丁寧に記録することにした。

さて、単行本を発刊したからと言って、私の顧客が増えることはなかった。ただ、私の活動を評価してくれた顧客からは仕事以外での信頼が高まり、取り引きが長続きすることにつながった。また、私の著作物を読まれた人と出会うと、初対面であっても会話が弾むという効果もあった。

中村合同特許法律事務所の所長である中村稔氏は、弁護士でありながら詩人としても著名で、文化勲章を受章されている。現代詩の世界で活躍された中村氏と私の活動を比較するのはそもそも無理なことであるが、私もそれなりに実績を残したつもりである。

## 6. コンサルタント業への転身

前述したように、過去には隙間商品を製造しているニッチ企業を取材し、その成果は2冊の単行本に集約した。単行本が書店に並んでから、商品開発の講演を依頼されるようになった。最初の講演会は2002年で、足立区にあった中小企業の若手社長が集まる研究会であった。それからは単発であったが地方の商工会議所などからポツポツと依頼された。これらの講演会では隙間商品を開発したニッチ企業の紹介を行い、隙間商品の面白さを説明する一回限りのものであった。これでは総論を説明するに止まり、開発する商品分野の見つけ方や販売先の開拓などの具体的なテクニックを解説することができない。中小企業が活用できる実践的な説明会を実施してみたかった。

転機は、「にいがた産業創造機構」から商品開発の連続セミナーを依頼されたことであった。同機構は県内の中小企業の育成を行っており、その活動の一環で

商品開発の支援を行うことになった。機構内での予算枠が付いたことから、2005年から18カ月の間、毎月新潟まで出掛け、隙間商品開発の手法を解説することになった。この連続セミナーではテキストを作成するのに手間がかかったが、楽しい経験であった。この連続セミナーが終了したので、どのような手順で連続セミナーを進行すれば良いかの知識を体得できた。その体験により、都内の信用金庫で同じような連続セミナーを開催した。

こうした体験から、弁理士業から隙間商品開発のコンサルタント業に転身しようと考えた。セミナーのように複数の受講生を相手にして商品開発の理論を説明するのではなく、特定企業の顧問となり、実際に隙間商品を開発できないか、と企んだ。

経営に前向きな中小企業主に、「一緒に隙間商品の開発をしませんか」と提案してみた。だが、私の提案にはどの企業主からも反応はなく、コンサルタント業に転身することはできなかった。その理由は複数あり、大きな理由は次のようになる。

### 6. 1 成果を評価し難い

商品開発は終了する期限を特定できず、結果を出し難いものである。例えば、営業コンサルタントであれば売上高という目標を設定し、3カ月後、6カ月後における売上高が成果として数字に現れてくる。また、経営コンサルタントであれば、その成果は企業の利益として数字に現れてくる。しかし、商品開発では、開発の着手から終了するまでの時間を予測することができない。新商品が完成するのが1年後なのか10年後なのか、全く見通しが立たない。開発が完了するのが何時になるか分からないのであれば、資金力に脆弱な中小企業は商品開発に取りかかれぬ。

### 6. 2 開発の方向を決め難い

商品開発といっても、今までオリジナル商品を製造した経験の無い中小企業では、どのような分野に進出したら良いのか判断が難しい。例え、その中小企業にとって製造が簡単な商品であっても、既に多数の企業が類似品を製造している分野であれば、進出を諦めることになる。また、私が競合他社の少ない分野に向けた新商品のアイデアを提案したとしても、その企業に製造できる技術力がなければやはり諦めなければならない。私の支援能力と顧客の技術力がピッタリと合う

ことは少なかった。商品開発のコンサルタントは、経営や技術のコンサルタントのような普遍性はなく、狭い分野でしか活用できないものであった。

### 6.3 コンサルタント料を支払わない

コンサルタント業は、顧客が知恵や知識を評価し、相応の対価を支払ってもらうことで成立する。しかし、全てとは言わないが、中小企業の多くは知恵や知識に対して正当な対価を支払う姿勢がみかけられない。「知恵や知識はタダである」という悪しき習慣が残っている。稀ではあるが、私の提言やアイデアを評価し、対価を払ってくれた中小企業主に出会ったこともあった。そのような企業主は、自社を発展させるために必要な情報は何かを熟知した性格の人であった。そのような企業は、数年もすると優良企業に成長していった。

中小企業がコンサルタント料を支払わない理由には、最近の公的団体による支援の影響も大きい。中小企業庁や地方自治体では中小企業育成のために多数の施策を講じており、その施策の一つに「専門家派遣」という制度がある。弁護士、税理士、中小企業診断士などを中小企業に派遣し、専門家のアドバイスで困っている問題を解消させようとするものである。この制度では、専門家の日当は支援団体が支払い、中小企業の負担はない。中小企業主は、それまでは敷居の高かった専門家と気楽に相談できるようになった。だが、この制度が活用されるようになってから、中小企業主には「専門家の相談は無料である」という意識が染み込んでしまったようだ。中小企業を支援する制度が、逆に、専門家の知恵や知識を軽くみるような結果となってしまった。

### 6.4 努力する気概のない中小企業主が多い

中小企業主を観察していると、目標を立て、理念を持って経営にあたる人物は少ないと思われる。事業が順調となって売り上げが伸び、生活に余裕が出るとそれに安住してしまうようだ。仕事が終わったら、夜の繁華街に出掛けて遊ばれるようである。遊ぶ金は十分にあるが、将来に向けて投資するためのコンサルタント料の支払いは惜しまれているような気がする。

景気が悪くなって中小企業が倒産すると、マスコミは中小企業の悲哀を報道している。だが、倒産するような中小企業はそもそも自社内に問題があつて破綻し

たのである。社会情勢の変化に注意を払わず、努力してこなかった中小企業は何時か淘汰されるのであり、それが倒産という結果で現れるだけのことである。その反面、景気が悪くなろうが株価が暴落しようが立派に生き残っている中小企業も多い。それらの優良な中小企業は日頃から努力を続けていたので生き残れたのである。マスコミは倒産した中小企業を大きく報道する傾向にあるが、地道な努力を続けている中小企業も取材すべきではなからうか。

### 6.5 いつかは実現してみたい

こうして、私のコンサルタント業への転身は不発に終わった。だが、20年近く続けてきた取材で面談したニッチ企業は100社以上となり、隙間商品開発の手法についての知識は取得できた。また、各種の見本市に出掛け、隙間商品を製造している企業のデータは1500社以上になった。何時かは、これらの知識を活用し、隙間商品を開発したいという中小企業の支援をしてみたい。

## 7. 弁理士の資格と私

私の過去の仕事では、最先端技術の明細書は書いたことはなく（書けなかった）、判例集に載るような大きな事件も扱わなかった（大きな企業が顧客にいなかった）。難しい仕事が舞い込んでくると、やんわりと断るか知人に紹介して面倒なことは避けてきた。弁理士の技能としては二流であり、これが私の弁理士としての40年間の実績である。

当初の目標であった、「弁理士になって金儲けをしよう」という目論見は達成できなかった。そもそも、1人事務所では仕事の処理量に限界があり、それほど多くの利益は見込めない。大学を卒業する時に、「弁理士よりもっと儲かる仕事があるよ（例えば不動産業や広告業）」とささやいてくれる人がいたらそちらの分野に進んでいたかもしれない。独立開業した時から、この仕事が私に合っているのかどうかと疑問を持ちつつ、人生の大半を弁理士業で過ごしてきた。一人で事務所を運営していたのは、何時でも他の業種に鞍替えできるよう準備していたのかもしれない。弁理士という資格が私に似合っていたかどうか、今でも疑問である。

しかし、一人で事務所を運営してきたので、対人関係に悩まされることなく、気儘に生きることができ

た。私のようなゲータラな人生を支援してくれた社会に対して大変感謝している。

さて、私が独立開業した40年前は弁理士の認知度は低いものであった。初対面の人からは、「弁理士て何ですか」とか「弁理士という資格で生活できるのですか」と失礼な質問をされることもあった。さすがに昨今ではそんな野暮な質問をする人は少なくなり、弁理士の認知度が上がってきた。特許出願件数が減少しているのに反比例し、資格の認知度が上昇するのは皮肉なことであるが、弁護士ほど認知度は高くないが、弁理士の資格は大変便利なものである。弁理士の肩書を印刷した名刺を差し出しても不審に思われることは

少なかった。弁理士会が身元を保証してくれているようなもので、「この男は悪人ではなさそうだ」と判断してくれた。また、「国家試験に合格するのだから馬鹿では無さそうだ」とも認識してくれた。もし、私が「有限会社日比商店」という名刺を差し出したとしたら、誰も相手にしてくれなかったであろう。

弁理士の資格には信用力があり、世渡りしていくには極めて便利である。そんな有り難い資格を活用すれば、どんなことでも実現できる。これから独立される若い方は業務範囲を出願代理にとどめず、社会の色々な分野に進出して欲しいと願っている。

(原稿受領 2022.5.23)