



包括的知的財産マネジメントに向けて

東和知的財産研究所 所長
鈴木 公明

イノベーション論、経営戦略論はこれまで、技術を中心に議論されてきました。また、従来のマーケティングが重視してきた特性・便益の多くは、技術的知的財産によって実現される価値であり、主として特許法、実用新案法によって保護されてきました。

近年、多くの日本企業が自前技術による垂直統合型ビジネスの行き詰まりに直面し、新たなイノベーションプロセスとビジネスモデルが模索されてきました。この問題に対する一つの解が「デザイン思考 (Design Thinking)」であり、21世紀におけるイノベーションの手法として期待されています。デザイン思考で重視される「経験価値」は、「感覚」「情緒」「認知」「肉体的経験」「ライフスタイル」「文化」などのキーワードにより把握されますが、これらは、いずれも非技術的知的財産によって実現される価値であって、意匠法、商標法、著作権法、不正競争防止法などの保護領域に属する概念です。

従来、知的財産といえば特許権がその代表格であると認識され、事実、わが国の競争力を担う技術を保護する枠組みであり、今後もその重要性が失われることはないと考えられます。しかし、企業活動において顧客の「経験」を考慮すべき局面が増大しつつあることを踏まえれば、今後、顧客に提供する価値において、非技術的知財により保護される要素の比重が大きく高まることが予測されます。当研究所では、顧客に提供する価値を見据え、これをトータルに創造・保護・活用する知財戦略、いわば知財ミックス戦略を追求したいと考えています。

本誌読者の皆様には、引き続き、暖かいご指導とご鞭撻を賜りますよう今後とも宜しくお願ひ申し上げます。

本誌の刊行に際し、興味深いタイムリーな原稿を特に海外からご寄稿いただきました中国の経志強先生、劉松先生、韓国の康一宇先生、独国の Uwe R. Borchert 先生、Thomas Schlieff 先生、英国の Stephen Haley 先生、米国の R. Burns Israelsen 先生に対し、この場を借りて厚くお礼申し上げます。

The Research of Comprehensive Intellectual Property Management

Towa Institute of Intellectual Property(TIP), Director
Kimiaki Suzuki

Innovation and strategic management have been discussed mainly in technology. In addition, most benefits emphasised on the traditional marketing are concerning to technical intellectual property, and they have been protected as Patents and Utility models.

Recently, many Japanese companies faced to the deadrock of vertically integrated business of their own technology, and have been seeking new business models and innovation processes. One solution to this problem is "Design Thinking" expected as a technique of innovation in the 21st Century.

The "Experience value", a important factor of Design thinking, is understood by non-technical intellectual property such as "Sense", "emotion", "Recognition", "Action", "Lifestyle" and "Culture". And it is protected by Design Law, Trademark Law, Copyright Law and Unfair Competition Prevention Law.

Patents are recognized as the most important intellectual property, which are the basis of competitive advantage of Japanese companies. However, it is expected that the significance of non-technical intellectual properties increase in the business which consider the experience of customers.

Our institute would like to research a Comprehensive Intellectual Property Strategy. We are expected the cooperation of all the readers of this journal.

We appreciate the contribution of Mr. Zhiqiang Jing, Mr. Song Liu, Mr. Ea Roo Kang, Mr. Uwe R. Borchert, Dr. Thomas Schlieff, Mr. Stephen Haley, and Mr. R. Burns Israelsen.