



続！「モノ」から「コト」へ変化する競争源泉における 知財マネジメントの研究（2 / 2年目）

2015年度 マネジメント第2委員会・第2小委員会

2016年7月19日 関東部会

2016年7月27日 関西部会



本日の報告内容

1. メンバー紹介
2. テーマの背景・狙い
3. 1 / 2 年目活動のまとめと新たな課題
4. 「コト」の事例
5. 事例の分析
6. 事例から見えてきたこと
7. 提言



1. メンバー紹介

○小委員長	井内 新輔	東芝ソリューション(株)
○小委員長補佐	★佐々木 成典	富士通(株)
○委員	井上 毅	積水化学工業(株)
	江畑 勝紀	テルモ(株)
	菅野 穂高	日本電気(株)
	野坂 和人	(株)デンソーウェーブ
	野田 武	ヤフー(株)
	久留 真一	シスメックス(株)
	前田 行徳	サッポロホールディングス(株)
	丸山 聡	大日本印刷(株)

業種
横断
全
10名
で検討

★ : 発表者



2. テーマの背景・狙い

■ テーマ

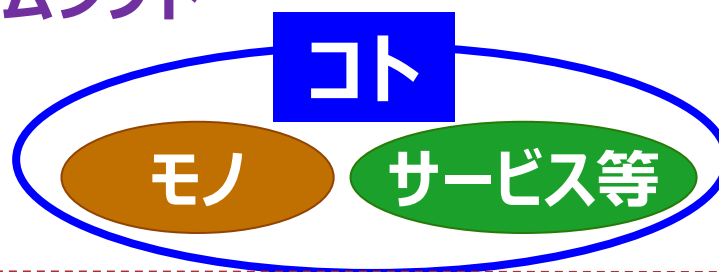
続!

「モノ」から「コト」へ変化する競争源泉における

知財マネジメントの研究

■ 背景：競争源泉のパラダイムシフト

モノ単体



提供価値

■ 狙い：「コト」づくりにおいて知財マネジメントをいかに行うか

- 「コト」の定義：顧客の潜在ニーズを達成している状態
- 「コト」づくりのルート：モノ・ファースト／コト・ファースト
- 「コト」の知財保護：特許／商標／意匠／著作権／契約
- 「コト」づくりへの関与：知財人財（2 / 2年目）



3. 1 / 2 年目活動のまとめと新たな課題

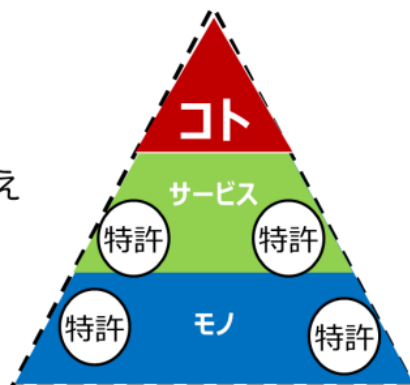
■ 「コト」の定義：『顧客の潜在ニーズを達成している状態』

■ 提言

- 1. 「コト」づくりルートを明確に
- 2. ルートにあわせた知財出願戦略
- 3. 「コト」に資する特許の活用を検討

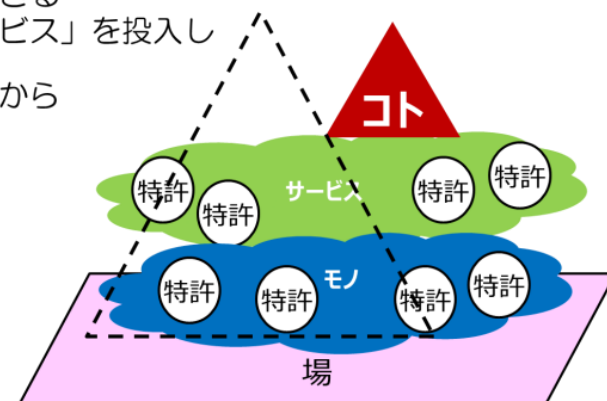
■ 「コト」づくりルートと特許の活用

- ① 「コト」を描き
- ② 「コト」を実現する「サービス」と「モノ」を考え
- ③ 「コト」の文脈で「サービス」と「モノ」の各レイヤーで特許をもれなく取得



コト・ファースト

- ① 「場」に差別化できる「モノ」や「サービス」を投入し
- ② 様々な利用シーンから「コト」を考え
- ③ 「コト」を描き
- ④ 「コト」の文脈で「サービス」と「モノ」の各レイヤーで特許をもれなく取得



※「場」：利用者によって構成されたコミュニティ

モノ・ファースト





3. 1 / 2 年目活動のまとめと新たな課題

■ 「コト」の定義：『顧客の潜在ニーズを達成している状態』

■ 提言

1. 「コト」づくりルートを明確に
2. ルートにあわせた知財出展
3. 「コト」に資する知財

■ 「コト」づくりルートと特許

- ① 「コト」を描く
- ② 「コト」を実現する「サービス」と「モノ」の各レイヤーで特許をもらえなく取得
- ③ 「コト」の文脈で「サービス」と「モノ」の各レイヤーで特許をもらえなく取得

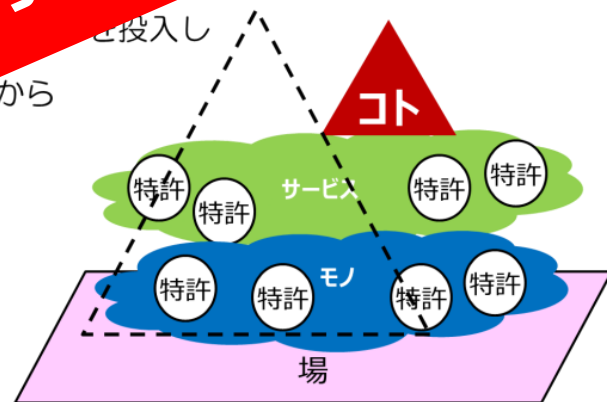
コト・ファースト

「コト」づくりにおいて知財マネジメントをいかに行うか

①「コト」は特許だけで保護できるのか？

②知財人財は「コト」づくりにどう関与するのか？

- ④ 「コト」の文脈で「サービス」と「モノ」の各レイヤーで特許をもらえなく取得



モノ・ファースト





4. 「コト」の事例

項	名称 (会社)	コト
1	iPod (アップル)	世界中の音楽をポケットに
2	タイヤソリューション (ブリヂストン)	タイヤを長く安全に利用してもらう
3	SNCS (シスメックス)	機器の正確性・継続稼働をキープ
4	セキュリティサービス (セコム)	安心・安全で困ったときはセコム
5	デジタル教材ソリューション (富士通)	ICTで世界標準の学力を
6	GORE-TEX (ゴア&アソシエイツ)	Guaranteed To Keep You Dry (乾いたまままでいること)



4. 「コト」の事例（補足）

■ 類型：「コト」づくりの提供価値が発生するタイミングで分類

GORE-TEX

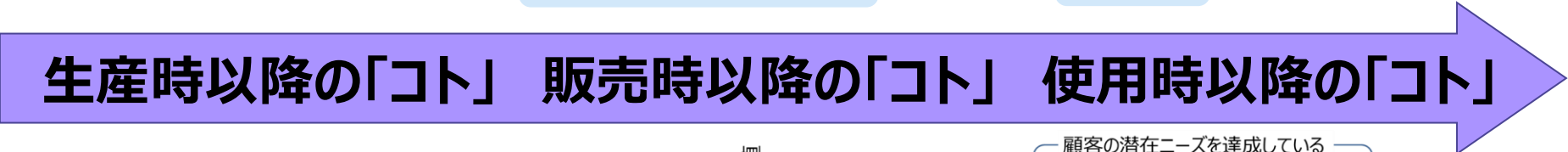
iPod

タイヤソリューション

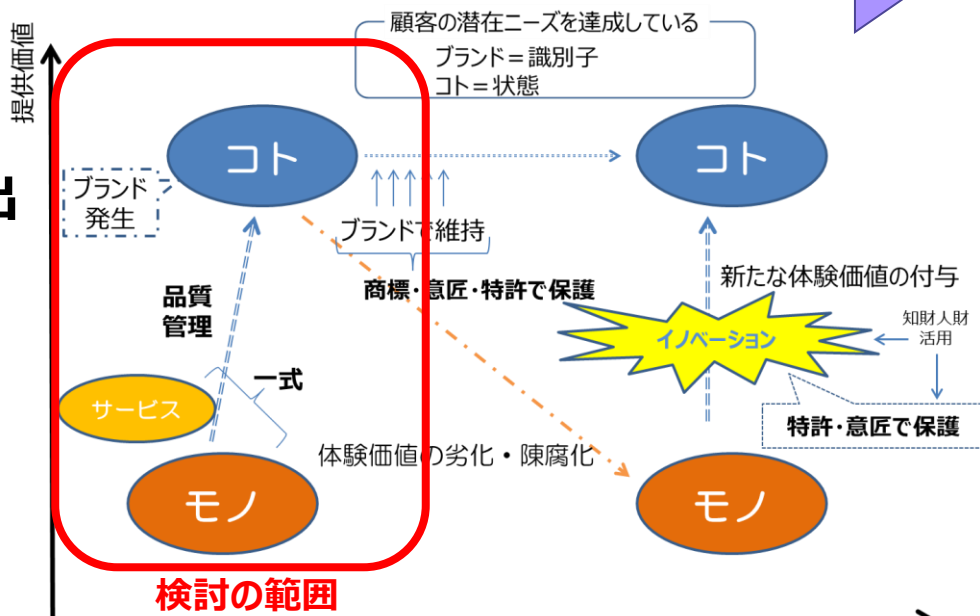
デジタル教材ソリューション

セキュリティサービス

SNCS



- 「コト」づくりとブランド：
 - ブランドは「コト」の発生とともに創出
 - その後は「コト」を維持する手段
 - 特に販売時以降での「コト」で表出
 - 主に商標・意匠で保護





5. 事例の分析① iPod

世界中のデジタル・オーディオ・プレーヤーへの不満



モノ、ソフト、サービスで解決！

➤ **コト「世界中の音楽をポケットに！」**

➤ **知財：**

特許～約10000件

意匠～約100件

商標～約30件

契約～協力会社との
知財活用を考慮

➤ **知財部門**が関与して
知財ミックスで保護

コンパクトな筐体にパソコン並みのディスク容量

音楽選択の支援 (スクロールリング)

PCとiPodのデータ転送 (オートシンク機能)



アクセサリ

製品パッケージ

楽曲の入手の容易化 (iTunes Music Store)

デバイス

ロゴマーク

店舗デザイン

アイコン



5. 事例の分析① iPod

世界中のデジタル・オーディオ・プレーヤーへの不満



モノ、ソフト、サービスで解決！

コト「世界中の音楽をポケットに！」

知財：

特許～約10000件

意匠～約1000件

商標～約1000件

その他

知財の保護
⇒『「コト」の文脈』に合わせて保護

課題①「コト」は特許だけで保護できるのか？
⇒『「コト」の文脈』に合わせた知財ミックスでの権利化



楽曲の入手の容易化
(iTunes Music Store)

音楽選択の支援
(スクロールリング)

アクセサリ

製品パッケージ

デバイス

店舗デザイン


アイコン

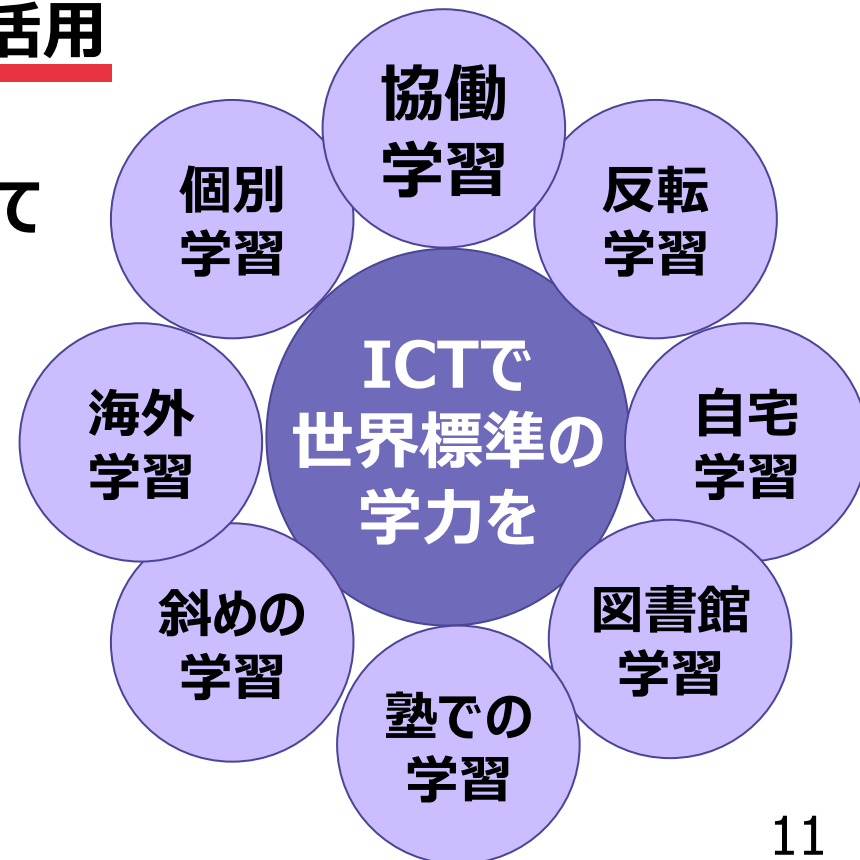




5. 事例の分析②デジタル教材ソリューション

- 世界最先端IT国家創造宣言を受け、富士通はデジタル教材（一人一台のタブレット経由で学習の支援を行う）市場に参入
- 後発だが、学校現場での実践を通して顧客の潜在ニーズを把握し、ネットワーク開発の強みと「コト」づくりでビジネス差別化
- 「コト」づくりでは、知財人財を徹底活用

- 
- 学校との契約⇒知財横展開の手当て
 - 顧客の潜在ニーズから「コト」を描く
⇒コト「ICTで世界標準の学力を」
 - 先行技術調査で差別化領域を発見
 - 知財活用によりビジネス差別化
⇒特許～新規＋既存＝約100件
商標～数件
技術～他社にない先端技術





6. 事例から見えてきたこと

■ 「顧客の潜在ニーズを達成している**状態**」である「**コト**」を差別化するには、特許だけではなく、商標や意匠等を組合せることが有効である。

その際、むやみに知財権を取得するのではなく、

『**「コト」の文脈**』に合せた**知財ミックスでの権利化**が重要！

次頁で説明

■ 「**コト**」づくりに**知財人財を多面的に関与させる**ケースがある。

∵ 知財人財の強みが、「コト」づくりに不可欠であるため。

- 知財スキル
- 社内人財・組織のハブ
- 客観的な視点
- シガラミがない
- 広い技術モノサシ
- 「コト」の文脈の目利き

強化要



6. 事例から見えてきたこと（詳細 1）

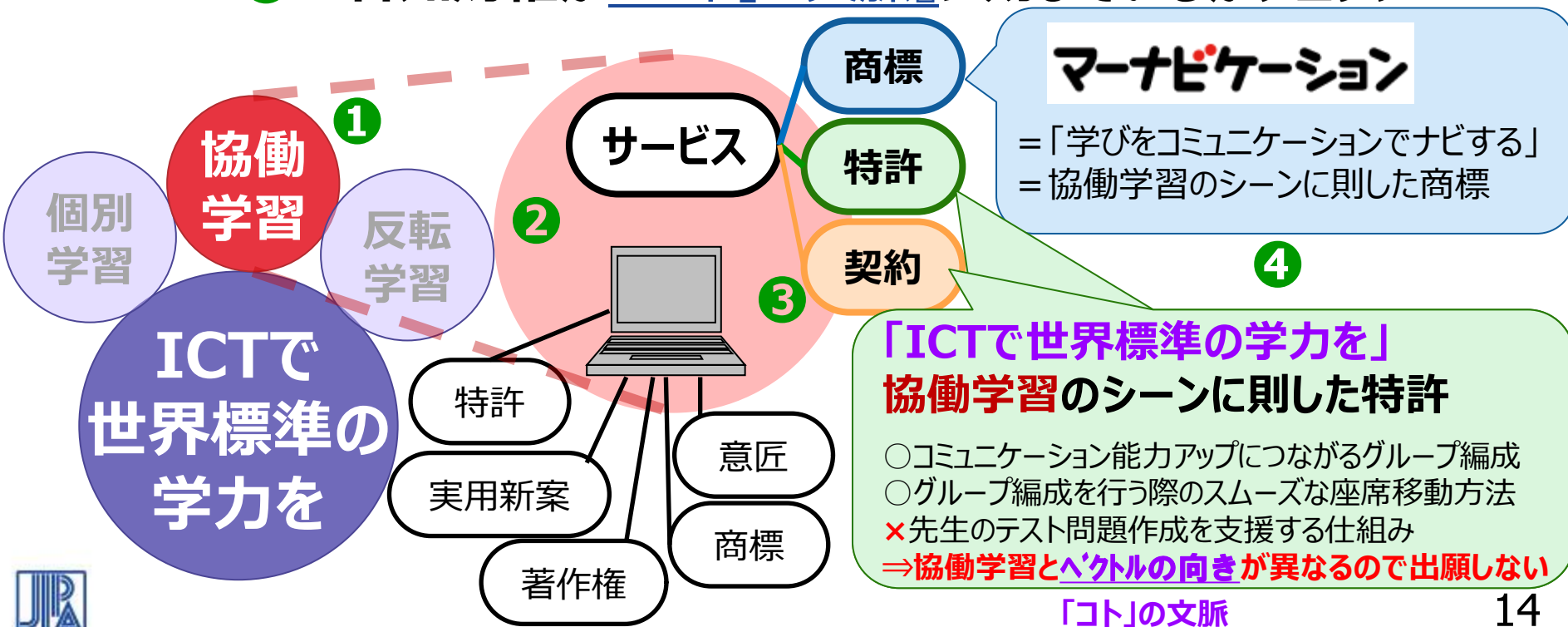
■ 『「コト」の文脈』に合わせた知財ミックスでの権利化

STEP ① : ビジネス差別化のシーンを特定

STEP ② : シーンにおけるモノやサービスを抽出

STEP ③ : 抽出したモノやサービスを保護できる知財権を検討

STEP ④ : 各知財権が『「コト」の文脈』に則しているかチェック





6. 事例から見えてきたこと（詳細 2）

■ 「コト」づくりに知財人財を多面的に関与させる

∵「コト」づくりにには、知財人財の強みが不可欠

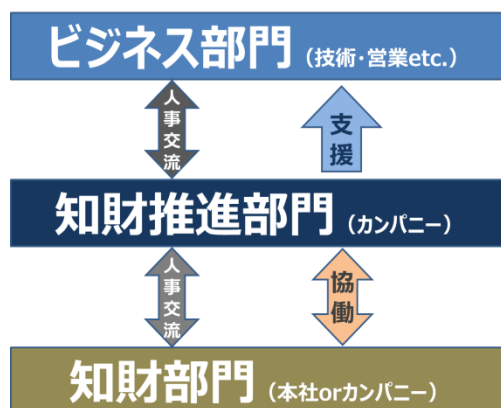
しかし、期限のある特許庁対応で、なかなか時間がとれない
解決するには・・・

解決策①：知財部門の役割分担（現場支援と特許庁対応）

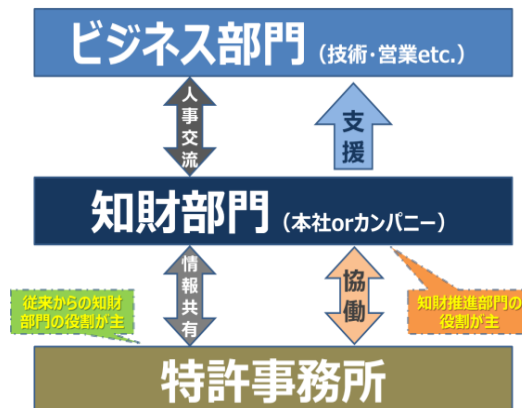
解決策②：特許事務所の活用

解決策③：現場人財の知財面での育成

①



②



③

- ・知財部門による教育
- ・社内資格制度





7. 提言

知財人財には強みがある。
「コト」づくりに多面関与し、
「コト」づくりをプロデュースしよう！

ご参考までに・・・

今後20年のIT化の影響で、
米国における702ある職業のうち、
およそ半分が失われる可能性がある

(英Oxford大学「雇用の将来」2013年9月)

ご清聴有難うございました

＜本発表の詳細は知財管理誌に掲載予定＞

～世界から期待され、世界をリードするJIPA～



一般社団法人日本知的財産協会

