

知識経済社会に対応した新しい知的財産(知財)モデルの提唱

—知財によるブランド価値創造モデル—

松下電器産業(株) 半導体社 半導体デバイス研究センター 知財責任者/博士(学術)

玉井 誠一郎

概要

我が国は知財立国構想を推進中で、知財の創造、保護面では実効的な成果を挙げつつある。しかし、活用面や国民の知財意識の向上面には大きな課題が残されていると考えられる。この課題の本質を探求した結果、それは商品と知財の乖離にあるとの知見を得た。この課題を解決できるモデルとして、知財によるブランド価値創造モデル(知財ブランドモデル)を提唱する。このモデルは、商品に使用し顧客便益を提供している知財を積極的に開示PRすることにより、参入障壁を築きながら商品や企業の価値形成を図るもので、市場から知財フィードバックを受けることにより持続的な競争力の維持とロイヤリティ形成を図る主に製造業を対象とした知財と商品の統合化モデルである。

内容説明

無形資産や知財は、知識経済社会における事業競争力や企業価値を高めるコア手段として捉えられている。TRIZは、知財の元となる発明を工学的に生み出す有力な手段として注目されてきている。

このため、知財立国構想が打ち立てられ知財の創造、保護、活用に係わる諸制度、施策などのインフラ面の整備が進みつつある。しかし、知財の活用、価値評価、知財情報開示、国民の知財意識の向上などには大きな課題が残されていると考えられる。

筆者は、これらの課題の本質的原因を商品と知財の乖離にあると捉えた。この課題を解決できるモデルとして、従来のライセンスモデルや市場独占モデルを止揚した第三のモデルとして、知財によるブランド価値創造モデル(知財ブランドモデル)を提唱する。このモデルは、商品に使用し顧客便益を提供できる知財を積極的に開示PRすることにより、参入障壁を築きながら商品及び企業価値の向上を図るもので、市場から知財フィードバックを受けることにより持続的な競争力とロイヤリティ形成を図る主に製造業を対象とした知財と商品の統合化モデルである。

更に、本モデルを具体的に展開するための情報提供システムとそれを活用したビジネスモデルの可能性についても紹介し、その有用性を考察している。

日本TRIZ協議会 特別講演

2007年8月30日 玉井

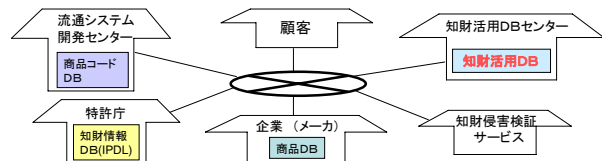
新しい知財モデルの概念

	従来モデル	本モデル
知財と商品の関係	<p>知財と商品の分離(別管理) 一般的に使用知財は未開示、不明</p>	<p>知財と商品の一体化(使用知財の開示) 知財を商品の仕様や特徴に対応つけて明確に開示</p>
知財活用	<p>知財単体によるライセンス交渉、訴訟など 企業間での個別・閉鎖的交渉(企業知財)</p> <p>↓</p> <p>侵害立証、損害算定、価値評価の困難性</p>	<p>知財は商品の価値(利益、ブランド)創造手段 市場に開かれた分かり易い開示(国民知財)</p> <p>↓</p> <p>コピー品の効率的排除(侵害発見の容易性) 国民の知財意識の向上、情報開示の適正化</p>

日本TRIZ協議会 特別講演

2007年8月30日 玉井

情報提供システムの構築例



商品コード	アイテム情報	商品属性と使用知財	リンク情報
4912345678904	ノートPC、AB-123 〇〇電器製、	業界最軽量800G (知財コード:P123450001)	http://www.abc.co.jp

知財コード	書誌情報	概要、特徴	リンク情報
P123450001	日本特許第450012号 「構造体」、権利者:〇〇	AA構造をBBとCCで構成することにより軽量化	http://www.jpo.co.jp