

DX時代のビジネスを支える  
「非技術系知財を統合した新しい知財マネジメント」

---

2022年11月11日

株式会社テックコンシリエ

代表取締役

鈴木健二郎

IPブランディング事業部長 上野隆紀

# 講演のアジェンダ

---

1. 講演者の自己紹介
2. 非技術系知財のマーケットと課題
3. DX時代にこそ求められる“技術×非技術”の「ミックス型知財マネジメント」
4. ディスカッション ～技術と非技術の知財の邂逅～

# 講演者の自己紹介

# 講演者のプロフィール



(株) テックコンシリエ  
代表取締役  
鈴木 健二郎

## クライアントの知財を活用したビジネスプロデューサーとして20年

東京大学大学院情報理工学系研究科数理情報学専攻 博士課程修了後、株式会社三菱総合研究所、デロイトトーマツコンサルティング合同会社を経て、現職に至る。

三菱総研在職中、株式会社三菱東京UFJ銀行（現・三菱UFJ銀行）に2年間出向。知財を活用した資金調達やM&Aのスキーム開発に従事し、日本企業が自ら生み出してきた知財を、自らの力でマネジし、企業価値を高める活動を根付かせることに貢献したいと決意。以降、クライアントが保有する特許権、実用新案権、意匠権、商標権を中心とした産業財産権を掘り起こし、事業・研究開発に活かすための戦略立案・実行を支援するコンサルタントとして、国内外でビジネスを展開してきた。

2019年 企業の経営者に寄り添い、産業財産権の活用・マネジメントを組織に根付かせる「参謀」型のサービスモデルを確立し、株式会社テックコンシリエを設立。

2020年 知的財産教育協会との共催による未来価値創造ゼミ『BUILD』を開講。  
知財塾「事業戦略提案ゼミ」の講師就任。

2021年 知財の対象を著作権、不正競争防止法、種苗法に基づく産業財産権以外の知財まで幅を広げ、複合的に知財を活用したブランド戦略を支援するIPブランディング事業を立ち上げた。

### 【講演活動】

特許庁IPカンファレンス「ビジネスで勝つための3つの特許戦力の鍛え方」

技術情報サービス協会 カンファレンス「IoT時代を切り開くオープン&クローズ戦略2.0」

日本知財協会カンファレンス「オープンイノベーションと知財マネジメント」 など 多数



座右の銘は  
「誠実に、謙虚に、そして大胆に」

# 講演者のプロフィール



(株) テックコンシリエ  
IPブランディング事業部長  
上野 隆紀

## アート、ファッションを中心としたライセンスのスペシャリストとして30年

中央大学理工学部電気工学科電子工学専攻

NECの開発部門にてシステム開発に携わる

Lassen International.Inc. (U.S.) Marketing&Strategy Director Asia

ローラアシュレイジャパン株式会社 ライセンス部長

Laura Ashley Japan G.K. (U.K.) General Manager (日本代表)

(社外) Licensing International Japan 副理事長(2014-2018)

Licensing International (U.S.) Board of Directors (2018-2020)

日本知財学会正会員



# ミックス型知財活用マネジメントをワンストップでサポートするIPブランディング事業

株式会社テックコンシリエは、お客様に寄り添い産業財産権の活用・マネジメントを組織に根付かせる「参謀」型のサービスモデルであるIPブランディング事業を立ち上げました。知財の対象を著作権、不正競争防止法、種苗法に基づく産業財産権以外まで幅を広げ、お客様のミックス型知財マネジメントをサポートしております。

## お客様のミックス型知財マネジメント

### 産業財産権 (特許庁所管の権利)

特許権

実用新案権

意匠権

商標権

### 産業財産権以外の知的財産権

著作権

回路配置権

商号

商品表示・商品形態

地理的表示

育成者権

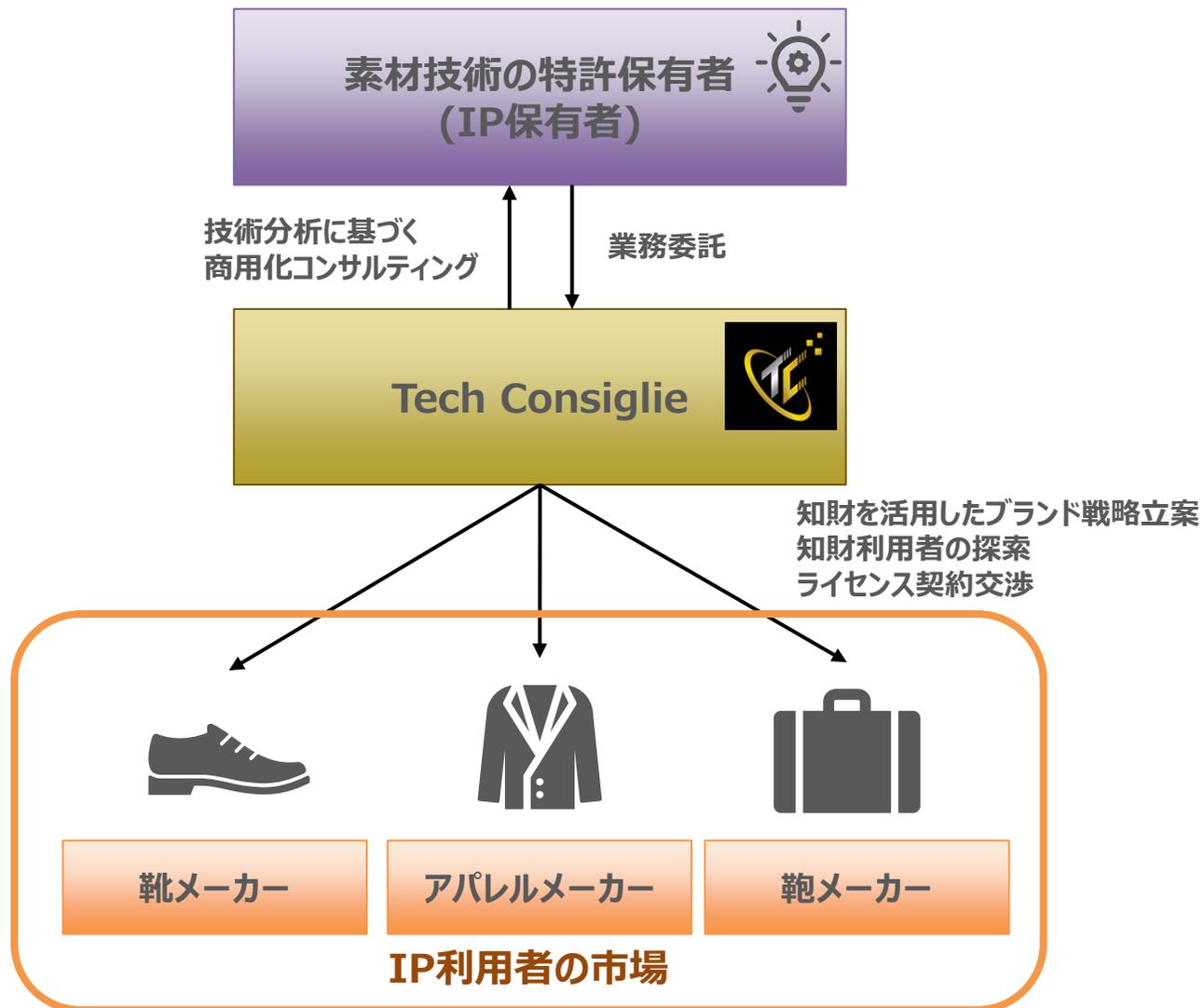
# ミックス型知財活用マネジメントのサポートイメージ

お客様が保有するデザイン、キャラクター、音楽等の知財を買取りまたはライセンスによりお預かりし、知財を利用したい企業を探索して、パートナーシップによる知財のバリューアップを行うことで、収益機会を提供し、お客様のブランド価値の向上に貢献します。

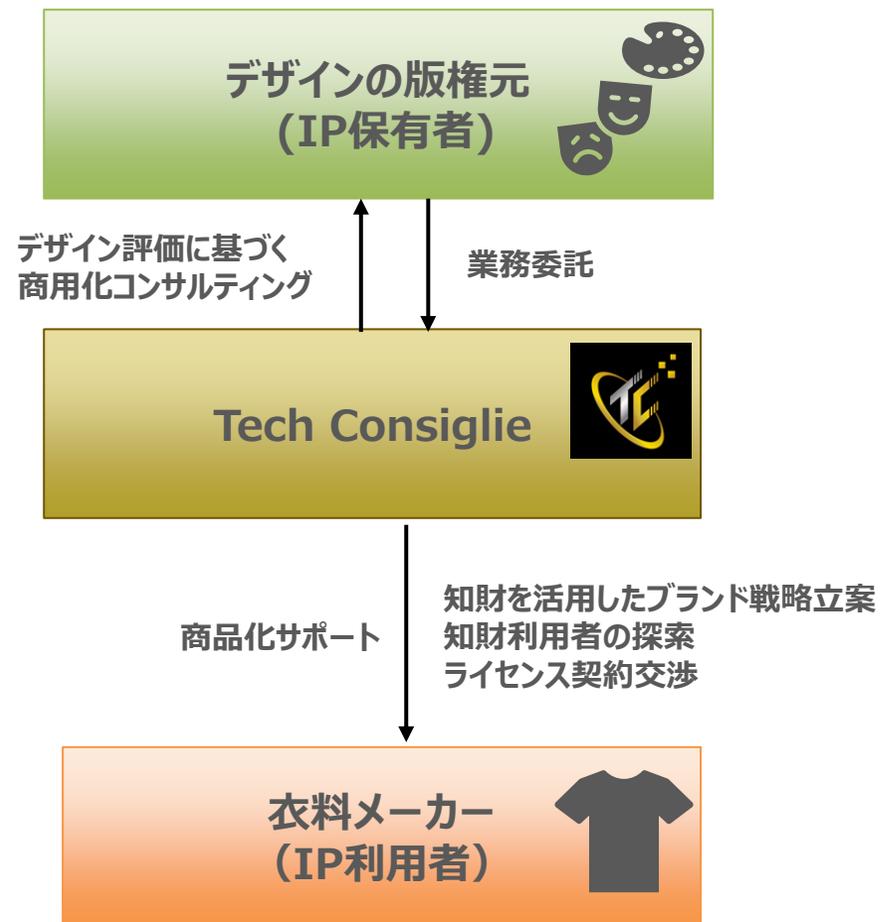


# テックコンシリエのミックス型知財活用マネジメントの実績例

## 【機能性素材特許利用者の探索およびブランディング支援】



## 【ポップアート作家のデザインを使用したブランディング支援】



# 非技術系知財のマーケットと課題

# 数字で観る非技術系知的財産権のマーケット

## 1. 世界のライセンス商品・サービス（非技術系知財）の総売上（2019年）

\$ 292.8 billion 約32兆2000億円 前年対比4.5% ↑

## 2. ロイヤルティの総額

\$ 14.6 billion 約1兆6千億円

## 3. アジアのライセンス商品・サービス売上

\$ 37.9 billion 約4兆2千億円

## 4. 日本のライセンス商品・サービス売上（U.S. U.K. について第3位）

\$14.4 billion 約1兆6千億円

（ロイヤルティ額 約1千億円）

# 投影のみ

# 投影のみ

# 投影のみ

# 投影のみ

# 事例紹介

エンタメ系

ディズニー サンリオ 手塚プロ (NFT)

コーポレート系

コカ・コーラ (ピクニック用品) 日産 (GTR Z) FRISK (アンダーウェア)

ラグジュアリー系

マクラーレン (腕時計) ティファニー (眼鏡)

アート系

クリスチャン・ラッセン

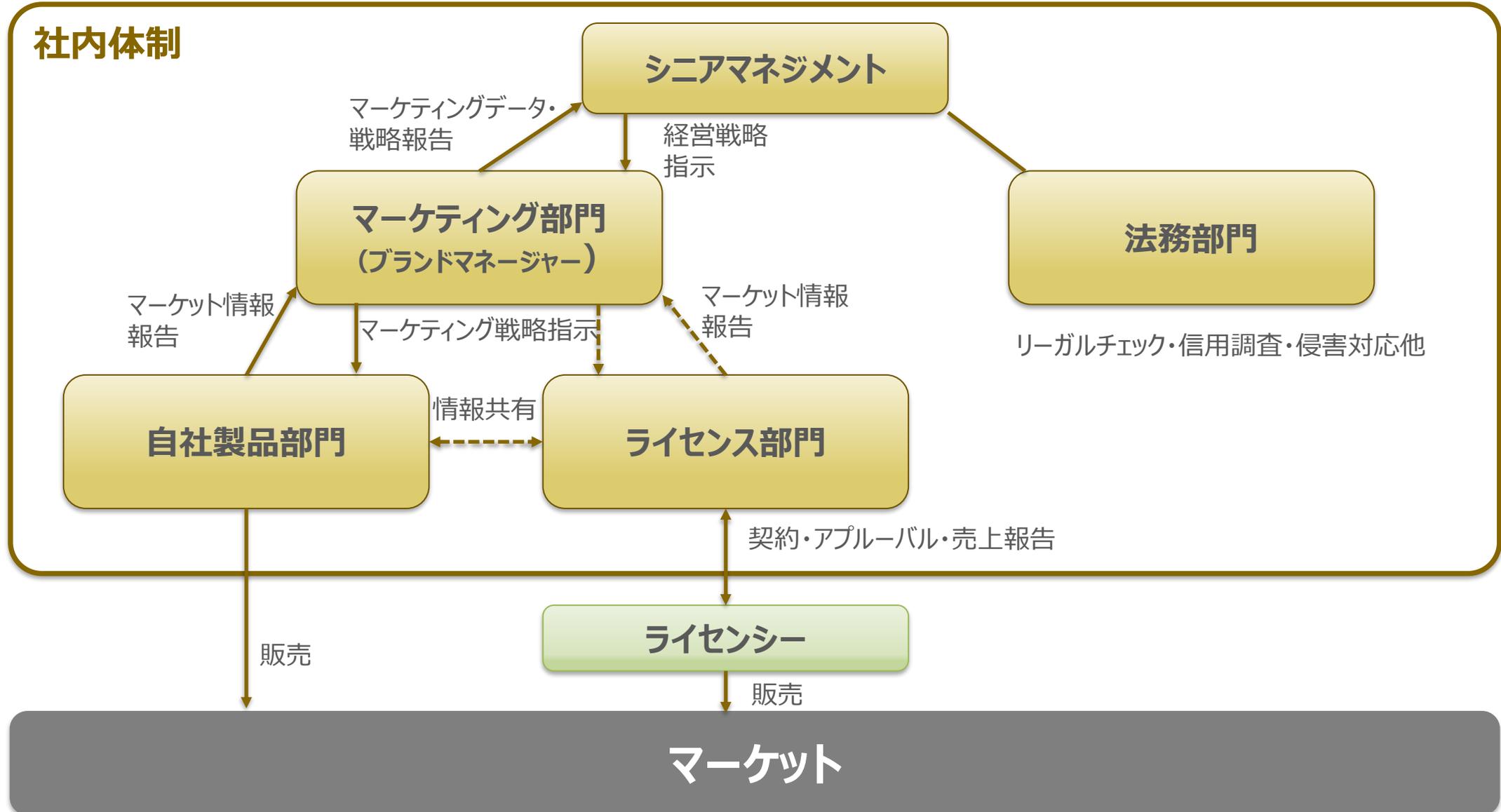
(Disney ジグソーパズル 金貨 香水 パチンコ台 ホテル他)

ライフスタイル系

ローラ アシュレイ

(タオル ハンカチ 寝装寝具 壁紙 家具 生地 エプロン パジャマ  
ウェディングドレス 白衣 服飾・生活雑貨 コラボ商品他)

# 主な所管部門の機能と役割



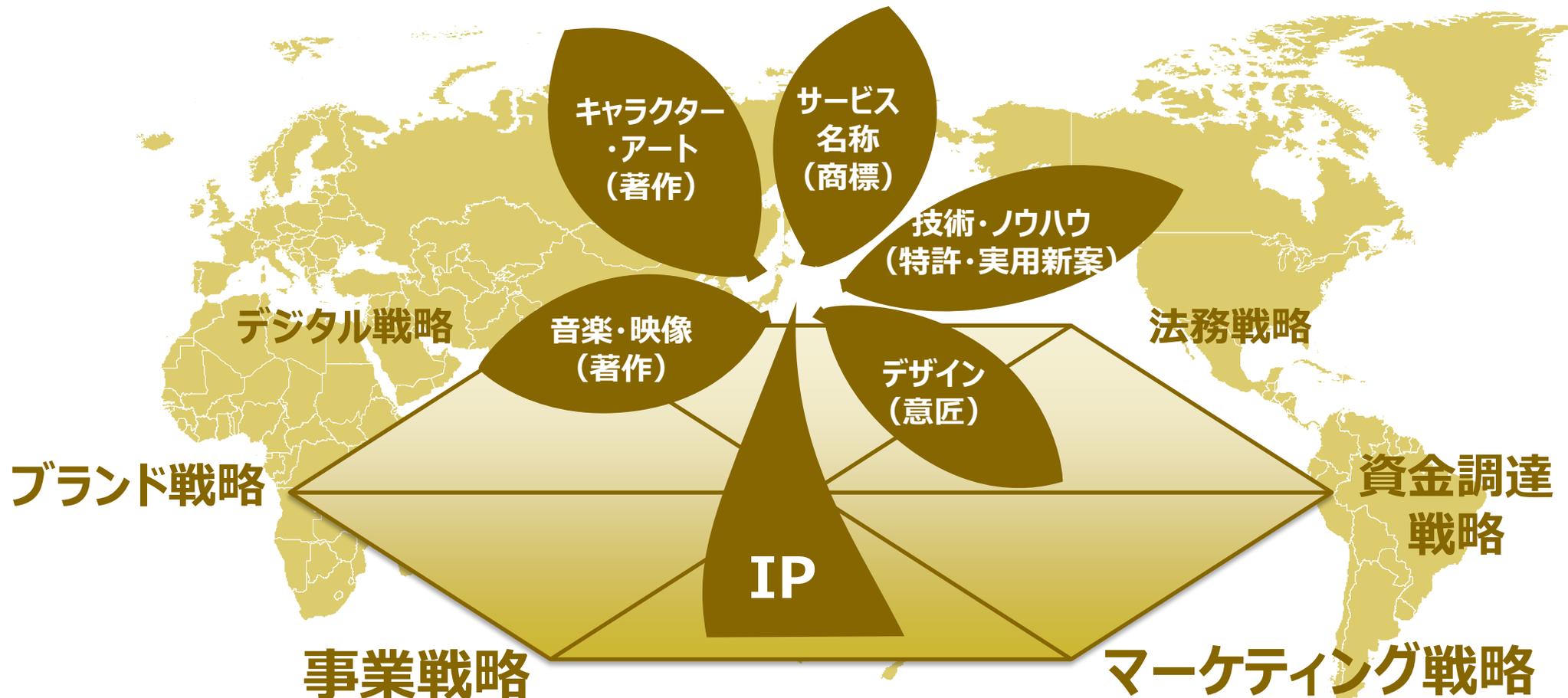
# 非技術系知財が抱える課題

- 知財人材の不足 ⇒ 知的財産権とマーケティングに関する知識の醸成（教育）
- グローバル展開の弱さ ⇒ 欧米諸国への市場開拓の努力（日本ブランドの海外展開）
- 国民性 ⇒ 性善説ばかりではいけない（知財登録・契約書・ロイヤルティ監査）
- デジタル化の遅れ ⇒ 業界全体がアナログ（アプルーバル・取組相手の選択）
- 経営層の意識 ⇒ 法人保有の知財の有効活用に対する経営層の理解
- （番外編）雰囲気商標 ⇒ 複数の五感によって得られる“らしさ”の商標

**DX時代にこそ求められる  
“技術×非技術”の「ミックス型知財マネジメント」**

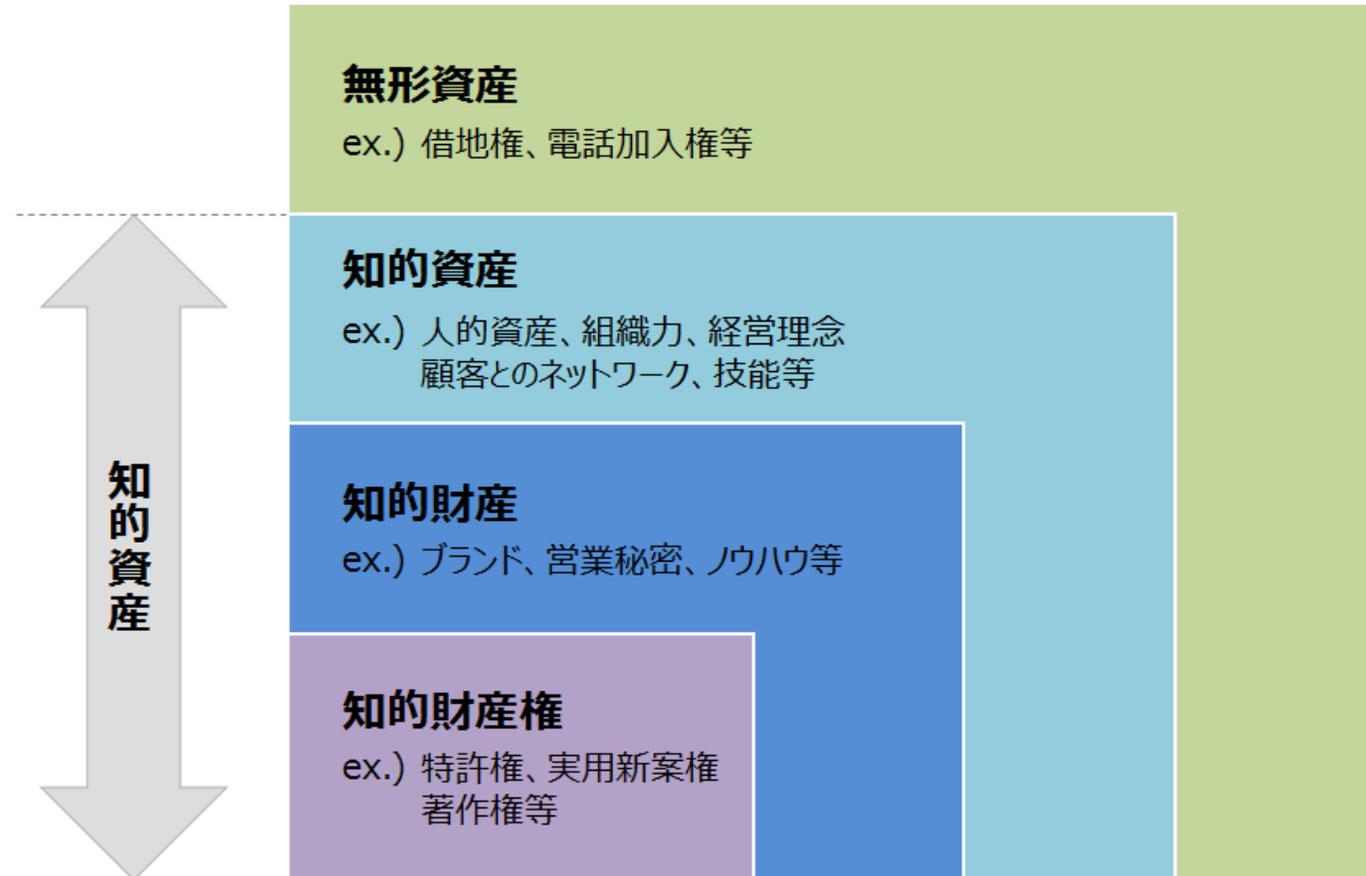
# これからの知財は、“ミックス”でマネジすることが不可欠に

ウィズ/アフターコロナのニューノーマル社会においては、デジタル化、グローバル化、ガバナンス／サステナビリティなくして企業活動は成り立ちえません。企業においては音楽・映像、キャラクター・アート、サービス名称、技術・ノウハウ、デザインなど、全社で活用しうるあらゆるIPを“ミックス”でポートフォリオ化し、事業、マーケティング、資金調達、デジタル、ブランド、法務の6つの戦略が統合的に機能して初めて、企業の持続可能な成長に資する知財マネジメントが実現すると考えます。



# ミックス型知財マネジメントの源流は、「知的資産経営」

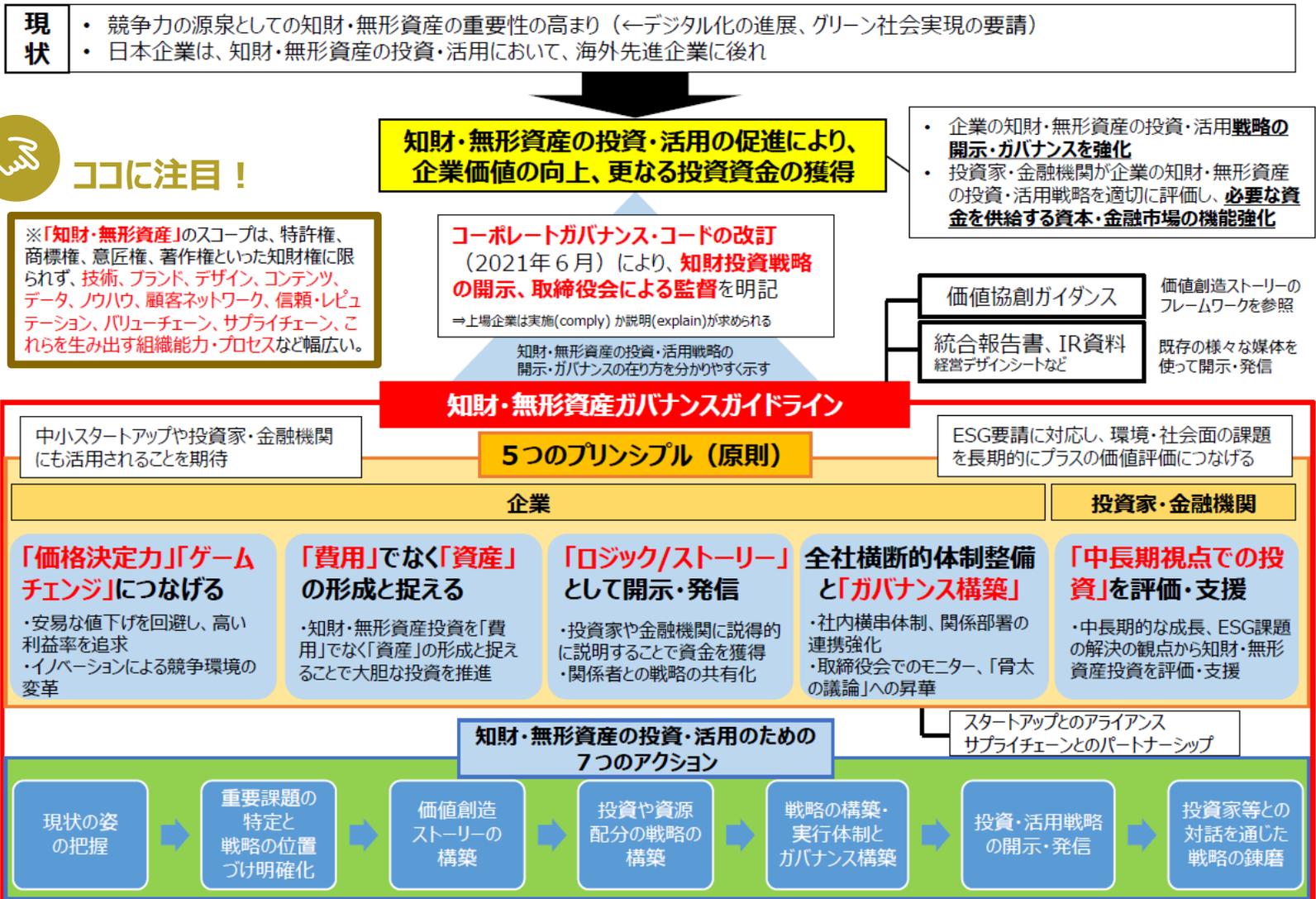
「知的資産経営」とは、**人材、技術、組織力、顧客とのネットワーク、ブランド等の目に見えない企業に固有の資産**を知的資産として認識し、有効に組み合わせて活用していくことを通じて収益につなげる経営手法のことです。必要性が広く認識された経緯は、1978年にEUで採択された第4号会社法指令にさかのぼります。「世界経済の基盤は産業経済から知識創造経済へ移行している」とされ、知的資産の創造やその活用の巧拙が、企業の優位性や競争力に影響を与えることが示されました。



# ミックス型知財マネジメントは、投資家との対話・エンゲージメントでも重要に

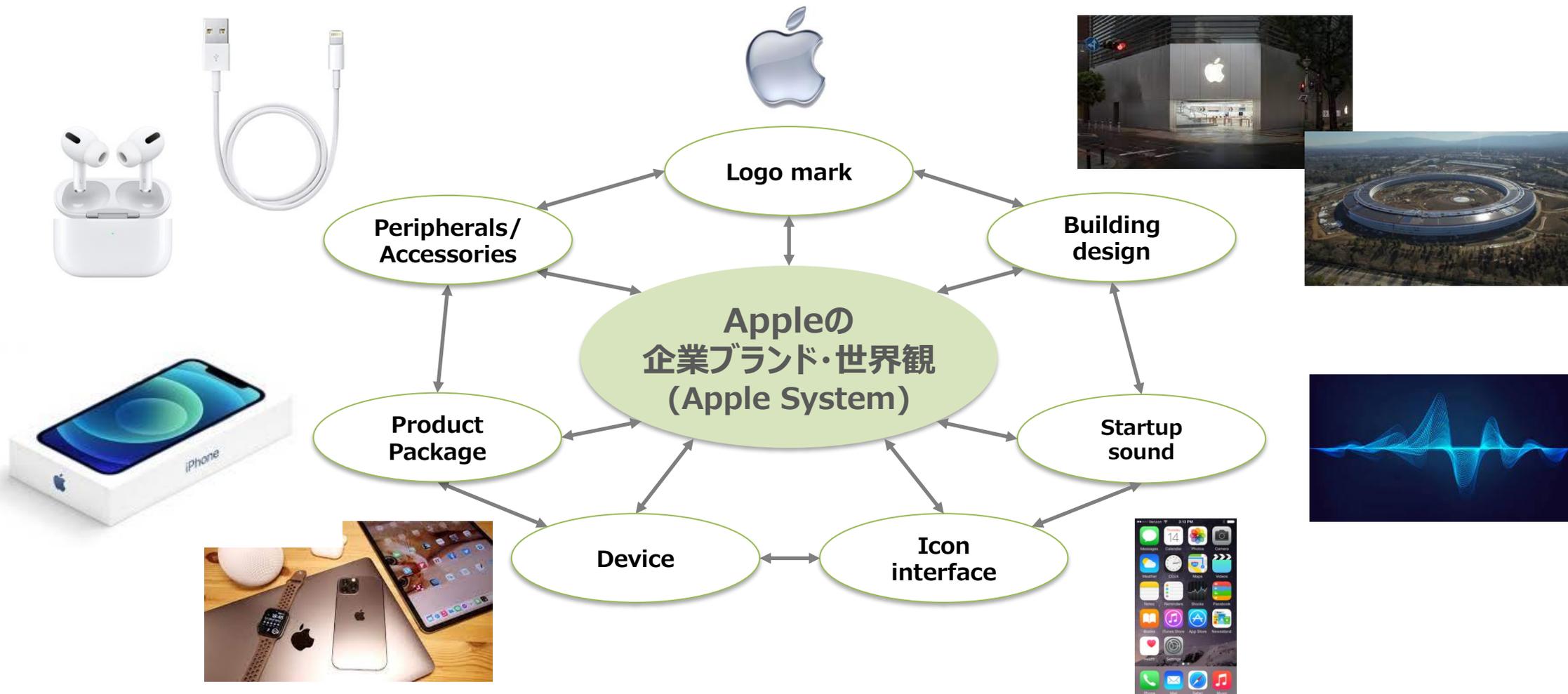
実効的なコーポレートガバナンスの実現に資する主要な原則を取りまとめたコーポレートガバナンス・コードの2021年の改訂を受け、2022年1月、内閣府より発表された「**知財・無形資産ガバナンスガイドライン**」では、企業が強みとなる知財・無形資産を活用して競争力の維持・強化を図り、長期的な企業価値を創造するサステナブルなビジネスモデルを構築するための指針が示されました。

企業経営者には、投資家との間の相互理解と対話・エンゲージメントを促進し、新たな知財・無形資産の獲得に向けた投資について、資本市場からの理解やサポートが得られ、金融市場からの資金調達力が強化されることで、更なる知財・無形資産への積極的な投資につなげるといった好循環を促すことが求められています。



# ミックス型知財ポートフォリオで企業ブランドを構成するApple社

Apple社は、企業ブランドの構築のためにデザイン戦略を重視しつつ、将来を見通した製品・サービスの設計を実行。デバイスやアイコン、インターフェースだけでなく、製品パッケージ、周辺機器、アクセサリ、さらには店舗外観やデバイスの起動音に至るまで、あらゆる角度からApple社の製品・サービスをデザインし、**Appleの企業ブランド・世界観 (=Apple System)** を支えています。



# Apple社は、“ブランド価値の向上”と“事業競争力の保護”を両立

保有している商標権のうちDesign Onlyに属する商標は25%を占め、全体と比較して6.5倍、日系企業と比較しても約3倍の高い割合となっています。メディアの多くは、意匠や商標登録の情報を調査し、未発表の将来製品の名称や機能、発売時期等について考察および報道しています。またAppleは登録商標を盾に、Samsungと訴訟を繰り返してきたことでも知られています。

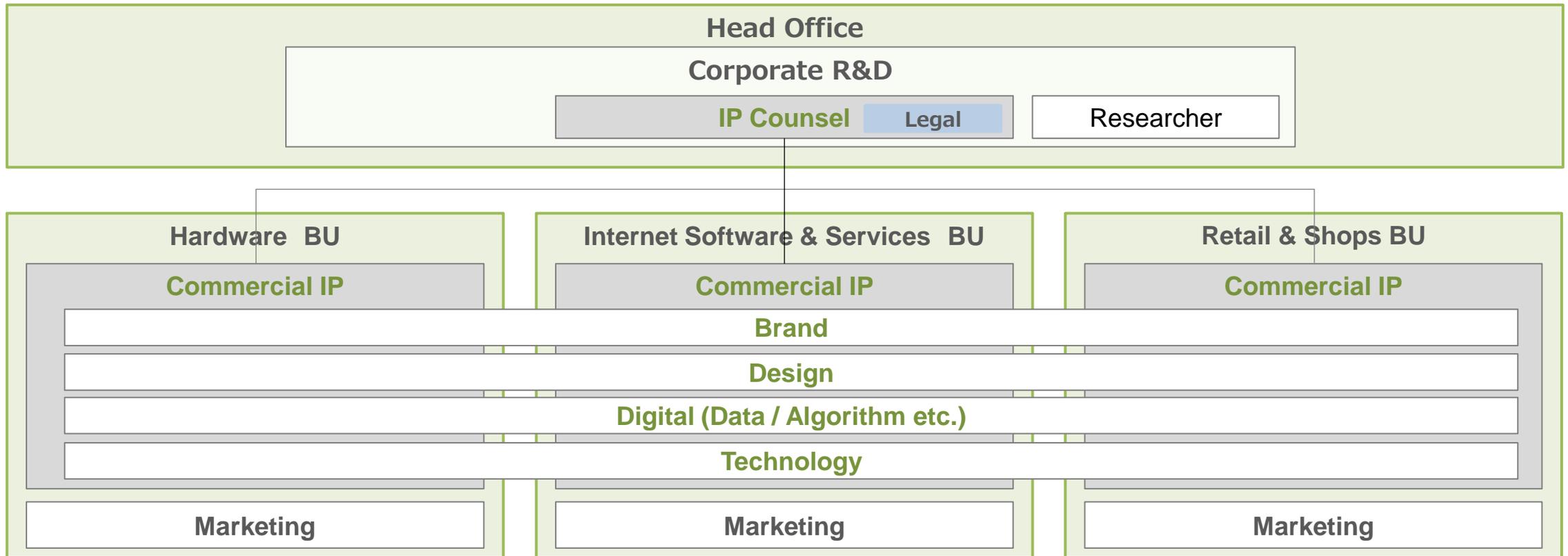
商標分類 (Mark Drawing Code)	Apple		日系企業		全体	
	件数	%	件数	%	件数	%
(0) UNKNOWN	0	0.0%	0	0.0%	285	0.0%
(1) TYPED DRAWING	95	12.5%	6,430	16.0%	363,017	12.8%
(2) DESIGN ONLY	190	25.0%	3,260	8.1%	109,189	3.8%
(3) DESIGN PLUS WORDS, LETTERS, AND/OR NUMBERS	103	13.6%	7,325	18.3%	559,863	19.7%
(4) STANDARD CHARACTER MARK	346	45.6%	16,655	41.6%	1,649,427	58.1%
(5) WORDS, LETTERS, AND/OR NUMBERS IN STYLIZED	20	2.6%	6,385	15.9%	155,647	5.5%
(6) FOR SITUATIONS FOR WHICH NO DRAWING IS POSSIBLE, SUCH AS SOUND	5	0.7%	8	0.0%	278	0.0%
合計	759	100.0%	40,063	100.0%	2,837,706	100.00%

(出所) USPTO Trademark Electronic Search System (TESS)より権利が有効な商標を抽出



**Utility Patent、Design Patent、Trade Dress、Trademarkを含む約30件の知財侵害でSamsungを起訴。  
米国カリフォルニア州北部地区連邦地方裁判所は約10.5億米ドルの損害賠償をSamsungに命じた。**

# ミックス型知財をマネジするApple社の知財組織構造



## 構成

- 本社のIP CounselがBUごとのCommercial IPに分かれ、責任者が配置されて連携し合いながら活動しています。
- 本社のIP Counselの各BUの責任者は、BUごとに割り振られた予算を各支社のCommercial IPに割り振っています。

## ポリシー・ガバナンス

- 知財は『Apple System』という企業コミュニティが集う建物や設備であり、IP Counselはその建物や設備の守護者。
- 現場のオペレーションは世界共通のシステムで管理。個人のルールへの理解度や遵守意識に依存することなく回している。

## 制度と運用

- リテラシーは、Apple Systemの戦略に合わせた各種知財の権利化、ライセンス管理、係争対応などの企画・実行。
- 実務経験者を採用。法制度を正しく把握し、知財を駆使して勝てるApple Systemの設計図を描けることを重視。

# 投影のみ

# 投影のみ

# 投影のみ

# ディスカッション

## ～技術と非技術の知財の邂逅～



**TECH CONSIGLIE**

make it happen, make it possible