

アシックス：危機を競争力に変えた「知財経営」の変革



2021年
大学駅伝シェア0%の衝撃
厚底シューズ競争での敗北
を契機に、経営直轄の
「C-PROJECT」が始動。



知財の経営アジェンダ化
2020年に知財戦略委員会
を設置し、経営層が直轄知
財戦略を議論する場を構築。

戦略オーナーシップの事業側シフト



知財部ではなく、各事業
カテゴリが主語となって
知財戦略を議論。



三位一体のブランド保護
デジタル技術やサステナ材料
の特許に加え、模倣品対策に
AIを活用しブランドを死守。

従来

開発の最終段階

変革後：伴走型

開発初期からの「知財伴走」
体制：特許網を戦略的に構築。



外部評価と投資家対話
への統合

SX銘柄選定やガバナンス表
彰の受賞を通じ、無形資産を
企業価値として可視化。

日本国内におけるスポーツ用品企業の特許公開件数 (2025年実績)

アシックス: 47件
(スポーツ用品企業の中で比較的アクティブ)

美濃 (ミズノ): 32件
(アシックスに次ぐ競争的な出願)

ナイキ イノベイト: 21件
(一定の件数を検挙)