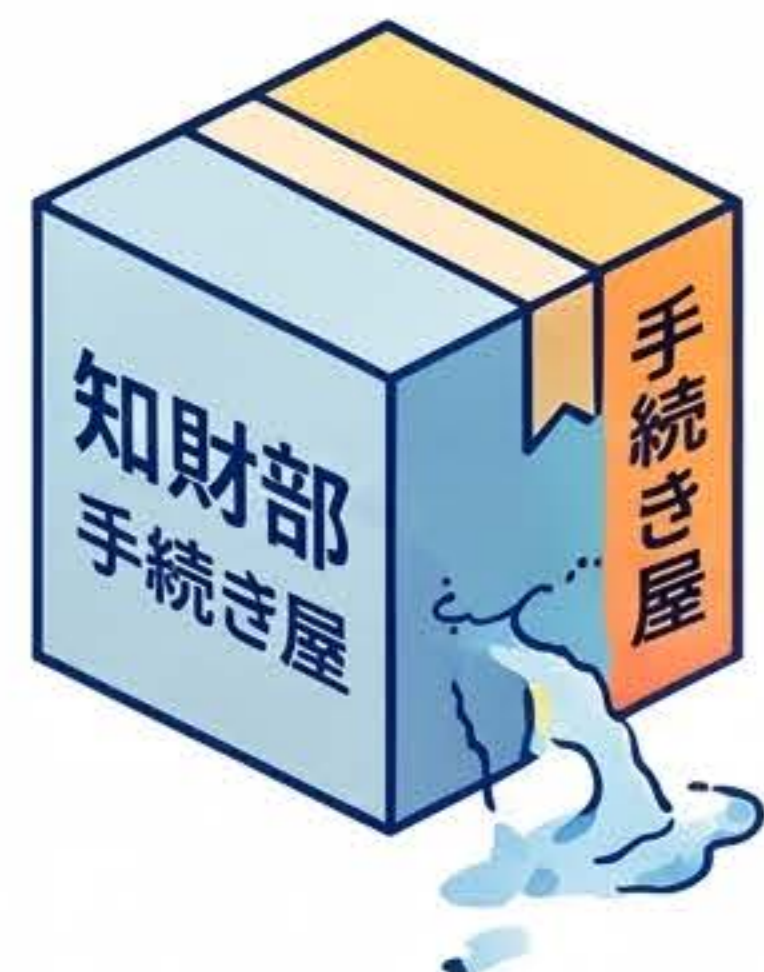


アシックスの「新しい知財経営」：事業部門が主導する無形資産の勝ち方



知財部から「事業部門」への主体の移行

P&Lに責任を持つ事業責任者が、自らの「武器」として知財戦略を立案・実行する。

知財部は「ビジネスの伴走者」へ

手続き屋ではなく、IPランドスケープ等のデータを鑑視し、現場に寄り添うサポーターに徹する。



全執行役員が参加する「知財戦略委員会」

各カテゴリー長が自ら経営層へ知財戦略をプレゼンし、経営と知財を直結させる。



パフォーマンス・ランニング
軽量性や反発弾性などの技術的優位性を「特許」で壘固に保護。



テニス
コート内での俊敏な動きを支える構造を「景匠」と「特許」で守る。



オニツカタイガー
ブランドヘリテージを重視し、「立体踵」や歴史的ロゴを轄轄的に活用。



各国当局との直接連携 (リアル)

AI監視 (デジタル)



現場主義 × AIによる多層的な模倣品対策

各国当局との直接連携 (リアル) とAI監視 (デジタル) の両面でブランドを死守する。

独占的優位性



Patent Asset Index (PAI) による定量評価

特許の「質」と「市場性」を数値化し、投資家ヘイノベーションの競争力を証明する。



特許の「質」



「市場性」

過去の資産 (ヘリテージ) を現代のモートに

1977年以降の全ロゴの商標権を維持し、復刻モデル展開における独占的優位性を構築。