

三菱鉛筆の新たな中期経営計画により、知財・無形資産戦略はどう変わるか？

Felo AI

三菱鉛筆 新「中期経営計画 2025-2027」に基づく知財・無形資産戦略の予測



概要

三菱鉛筆株式会社が2025年2月13日に策定した新中期経営計画「中期経営計画2025-2027」（以下、新中計）は、同社の知財・無形資産戦略に大きな変革をもたらす可能性があります。従来の高品質な筆記具開発で培われた技術特許や「uni」ブランドといった無形資産に加え、新中計では「世界一の表現革新カンパニー」という長期ビジョン[2][7][14]のもと、「書く・描く」行為を通じた「表現体験そのもの」の提供[7]へと事業領域を拡大する方針が示されています。これにより、IoT技術、ソフトウェア、

データ、顧客との繋がり、さらには「書くことの効能」に関する科学的知見など、より広範かつ多様な無形資産の戦略的重要性が高まると考えられます。

本レポートでは、まず三菱鉛筆の現在の知財・無形資産戦略の概要を整理し、次に新中計がこれらの戦略にどのような変化を促すかを分析します。その上で、今後想定される知財・無形資産戦略の変革シナリオを複数提示します。

詳細レポート

三菱鉛筆の現行の知財・無形資産戦略

三菱鉛筆は、創業以来、筆記具に関する高い技術力と品質を背景に、強力なブランドを構築してきました。

知的財産権

- 特許権: インク技術（例：「ジェットストリーム」の低粘度油性インク）、ペン先の機構（例：「クルトガエンジン」[39]）など、筆記具の性能や書き味を向上させるための独自技術に関する特許を多数保有しています。これらは製品の競争優位性を確立し、模倣を防ぐための重要な役割を担っています[41]。過去には、競合他社との間で特許係争も経験しています[38][40]。
- 商標権: 「uni」ブランドは国内外で高い認知度を誇り、そのロゴや製品名は厳格に保護されています。「ユニ色」と呼ばれる特徴的な色彩についても商標出願の動きがありましたが、識別力に関する課題も認識されています[43]。
- 意匠権: 製品デザインの独自性を保護し、ブランドイメージの構築に寄与しています。

その他の無形資産

- 技術・ノウハウ: 長年にわたる筆記具開発で蓄積された精密加工技術、材料化学、色彩技術などのコア技術と関連ノウハウは、競争力の源泉です[10][28]。これら

の技術は、化粧品事業（アイライナーなど）や産業資材事業への応用も進められています[7][32]。

- ブランド: 「uni」を中心とする製品ブランドは、品質と信頼の象徴として、顧客の購買決定に大きな影響を与えています。「違いが、美しい。」というコーポレートブランドコンセプトを掲げ、個性を尊重する姿勢を打ち出しています[2][11][14]。2024年にはドイツの高級筆記具メーカーLamy社を買収し、ブランドポートフォリオの拡充とデザイン性の強化を図っています[32]。



- 顧客ネットワーク・信頼: 国内外に広がる販売網と、長年の取引を通じて築き上げられた顧客との信頼関係は、安定した事業基盤となっています。
- サプライチェーン: グローバルな調達・生産・販売体制を構築しており、効率的な製品供給を実現しています。
- 組織能力・プロセス: 高品質な製品を安定的に生産するための品質管理体制や、新製品開発プロセスなども重要な無形資産です。
- 人的資本: 2022年以降、人的資本の可視化やグループ経営推進に向けた人財マネジメントの強化に着手しています[6][32]。

現在の戦略は、知的財産をグローバルな競争力の源泉と位置づけ、研究開発戦略・事業戦略と三位一体となった知財戦略を策定し、開発初期からの緊密な連携と情報共有を図ることを基本としています[10][28]。また、基本となる知財を軸とした技術の横展開により製品群を拡大し、競争力を強化・維持し、競合メーカーの類似商品を排除し参入障壁を構築することに知財を活用しています[41]。

新中期経営計画「uni Advance」と知財・無形資産戦略への示唆

新中計「uni Advance」は、2036年のありたい姿「世界一の表現革新カンパニー」の実現に向け、前中計「uni re-design」で進めてきた施策をさらに発展・加速させ、企業変容とイノベーション創出を目指すものです[2][7][30]。この基本方針は、知財・無形資産戦略にも広範な影響を与えます。

1. 筆記具事業の成長継続と多角化推進

- 高付加価値化と新需要創出:
 - *技術・特許・意匠*: 既存ブランド（例：「uniball ZENTO」[32]）の価値向上に加え、「主体的に新しい需要を生み出す」[7]ためには、新たな用途や体験価値を提案する製品開発が不可欠です。これに伴い、新規性の高い技術、デザイン、さらには使用感といった感性価値に関わる知財の重要性が増します。Lamy ブランドと uni テクノロジーの融合製品（例：「LAMY safari」への「JETSTREAM」インク搭載[32]）は、既存技術の組み合わせによる新たな価値創造であり、関連する特許・意匠戦略が求められます。
 - *ブランド・信頼*: グローバルフォーカスブランド（「uniball」「JETSTREAM」「POSCA」）[32]の価値向上には、機能的価値だけでなく、ブランドストーリーや世界観といった情緒的価値の訴求が強化されるでしょう。
- グローバル展開（特に新興国市場）：

- *顧客ネットワーク・ノウハウ*: インド市場への本格参入（UNI LINC INDIA PRIVATE LIMITED 設立、現地ニーズに合わせた製品開発・製造）[32]では、現地の商習慣、文化、嗜好を理解するためのノウハウ蓄積と、新たな顧客ネットワーク構築が鍵となります。
 - *商標・意匠・特許*: 新興国でのブランド保護、模倣品対策としての商標・意匠登録の重要性が一層高まります。また、現地生産における製造技術ノウハウの保護も課題となります。
- グローバルサプライチェーンの最適化:
 - *サプライチェーン・プロセス*: ドイツ（Lamy）、インド（合併工場）を含む世界5カ国の製造拠点を活用した効率化・最適化[32]は、サプライチェーン全体のレジリエンス向上とコスト競争力強化に繋がり、プロセス自体が無形資産としての価値を持ちます。

2. 非筆記具事業の規模拡大とグループのありたい姿実現の牽引

- 化粧品事業（アイメイク ODM/OEM 供給など）:
 - *技術・ノウハウ・特許*: 筆記具で培ったコア技術（精密な描画技術、インクの安定性・発色技術など）を化粧品に応用し、さらに進化させることが求められます[7][32]。異業種での競争に対応するため、独自の処方やアプリケーションに関する特許ポートフォリオの拡充が重要です。
 - *信頼・レピュテーション*: OEM/ODM 事業においては、顧客企業からの技術力や品質管理体制に対する信頼が事業継続の基盤となります。
- 産業資材事業（二次電池材料など）:
 - *技術・ノウハウ・特許*: 鉛筆やシャープ替芯・インク開発などの最先端筆記具技術を応用し、「スマート社会」実現に貢献する方針です[32]。特に二次電池材料などの新領域では、基盤技術の確立と特許による参入障壁の構築が不可欠です。

- **組織能力**: 米国投資ファンド E12 Venture との連携[32]は、外部の先進技術やビジネスモデルを取り込み、自社の組織能力を強化する狙いがあります。
- 「書く・描く」による新たな価値創造（IoT ペン、手書きと睡眠の質向上研究など）：
 - **技術・ソフトウェア・データ・コンテンツ・ノウハウ**: IoT ペンの開発着手[32]は、ハードウェア技術に加え、センサー技術、通信技術、データ収集・解析技術、関連アプリケーションのソフトウェア開発、UI/UX デザインなど、多岐にわたる無形資産の創出と保護を意味します。
 - 手書きによる睡眠の質向上に関する研究[32]は、「書く・描く」ことの効能を科学的に裏付け、その知見（ノウハウ）を新たな製品・サービス開発やブランド価値向上に繋げる可能性があります。これは、コンテンツとしての価値も持ち得ます。

3. 経営基盤強化

- **人的資本**: 「ダイバーシティ & インクルージョンの推進により、新価値創造を促進するグローバル企業へ変身する」[32]、「自律した社員の育成、社員の能力を引き出し適材適所へ配置」[32]といった方針は、イノベーションを生み出す組織文化や従業員の専門性といった無形資産の強化を目指すものです。
- **技術基盤**: 「当社が持つコア技術をさらに進化させ、当社事業の技術基盤を構築する」[32]ことは、持続的なイノベーション創出プロセスの強化に繋がり、組織としての技術的無形資産を高めます。
- **ブランド・信頼・レピュテーション**: ステークホルダーとのリレーションシップ促進、投資家との対話強化[32]は、コーポレートブランド全体の信頼性やレピュテーション向上に寄与します。

予測される知財・無形資産戦略の変革シナリオ

新中期経営計画の推進に伴い、三菱鉛筆の知財・無形資産戦略は以下のような方向性で変革していく可能性があります。

シナリオ 1：「表現体験」プラットフォーマーへの進化シナリオ このシナリオでは、三菱鉛筆は筆記具メーカーから、「書く・描く」を中心とした表現活動全体を支援するプラットフォームを提供する企業へと大きく舵を切ります。

- 知財戦略:

- IoT ペンや関連デバイスに関するハードウェア特許に加え、収集した筆跡データや行動データを解析する AI 技術、ユーザーインターフェース/ユーザーエクスペリエンス（UI/UX）に関するデザイン、ソフトウェア特許を積極的に取得・保護します。
- 「書く・描く」ことの効能に関する研究成果をエビデンスとして活用し、教育やウェルネス分野でのメソッド特許や著作権（コンテンツ）の確保を目指します。
- オープンイノベーションを推進し、外部の技術やコンテンツホルダーとの連携を強化。アライアンス戦略と連動した知財ポートフォリオを構築します。

- 無形資産戦略:

- 「uni」ブランドを「表現をトータルサポートするクリエイティブパートナー」へと再定義します。
- ユーザーデータの収集・分析基盤を構築し、パーソナライズされたフィードバックや新しい表現方法の提案など、データドリブンなサービス開発を強化します。
- クリエイターやユーザーが交流できるコミュニティを形成・運営し、ネットワーク効果によるプラットフォーム価値向上を目指します。このコミュニティ自体が強力な無形資産となります。
- 表現活動を支援するノウハウやコンテンツ（チュートリアル、ワークショップなど）を蓄積・提供します。

- 信頼性の高いデータ管理体制とプライバシー保護への取り組みを強化し、ユーザーからの信頼を獲得します。

シナリオ 2：コア技術深耕とグローバル展開加速による「アナログ+α」の価値追求シナリオ このシナリオでは、伝統的な筆記具の「書く・描く」という本質的価値を追求しつつ、デジタル技術を補助的に活用し、グローバル市場でのプレゼンスを最大化することを目指します。

- 知財戦略:

- インク、ペン先、機構などのコア技術における圧倒的な優位性を確立するため、基礎研究からの特許網をさらに強固にします。特に Lamy のデザインと uni の技術を融合させた製品群の意匠権・特許権を戦略的に取得します。
- 新興国市場における模倣品対策として、商標権・意匠権のグローバルな保護体制を強化します。
- 化粧品や産業資材分野では、筆記具技術からの応用展開におけるキーテクノロジーの特許を重点的に確保します。
- IoT やデータ活用関連の知財は、主に既存製品の付加価値向上やマーケティング効率化の範囲に留めます。

- 無形資産戦略:

- 「高品質」「革新的技術」を核とした「uni」および「LAMY」ブランドのグローバル認知度・信頼性を一層高めます。
- グローバルサプライチェーンのさらなる効率化、強靱化を進め、QCD（品質・コスト・納期）における競争優位を確立します。
- 熟練技術者の技能伝承や、グローバルオペレーションを担う人材育成など、人的資本への投資を強化します。
- 「書く」体験の質の向上に貢献するアナログ技術や素材開発に関するノウハウを深化させます。

- 。 デジタル技術は、主に製品情報の発信、顧客とのコミュニケーション、EC 強化などに活用します。

シナリオ 3：「ユニークネス」重視のニッチトップ戦略と新領域の選択的開拓シナリオ
このシナリオでは、全ての領域でトップを目指すのではなく、自社の強みが最大限に活かせる特定の分野や製品カテゴリー（例：特定機能を持つ高付加価値筆記具、特定用途の産業資材）で圧倒的なシェアを獲得しつつ、将来の成長の柱となる新領域を選択的に育成します。

- 知財戦略:

- 。 「クルトガ」のような独自性の高い技術や、その製造ノウハウをブラックボックス化しつつ、周辺特許で模倣を困難にする戦略を継続・強化します。
- 。 非筆記具事業では、自社のコア技術が直接的に活かせ、かつ競争環境が比較的穏やかなニッチ市場を選定し、そこで独占的な特許ポートフォリオを構築します。
- 。 IoT や AI 関連の技術は、将来有望と判断した特定用途に絞って研究開発投資と特許出願を行います。

- 無形資産戦略:

- 。 「ユニークな技術力」「こだわりの品質」といったブランドイメージを先鋭化させ、熱心なファン層を育成します。
- 。 小回りの利く生産体制や、特定の顧客ニーズに深く応える開発プロセスなど、ニッチ市場で勝つための組織能力を磨きます。
- 。 Lamy ブランドは、高級筆記具としての独自の世界観を追求し、限定品やコラボレーションなどを通じて希少価値を高めます。
- 。 サプライチェーンは、特定部材の安定調達や特殊加工技術の維持に重点を置きます。
- 。 将来性を見込む新領域（例：ヘルスケア分野での「書く」ことの応用）では、専門知識を持つ人材の獲得や外部機関との共同研究を通じて、専門性の高いノウハウを蓄積します。

これらのシナリオは相互排他的ではなく、複合的に展開される可能性もあります。いずれのシナリオにおいても、新中期経営計画が示す「企業変容とイノベーション創出」の実現には、知財・無形資産戦略の重要性がこれまで以上に高まることは確実です。今後の三菱鉛筆の具体的な施策や投資動向を注視していく必要があります。

1. [Mitsubishi Pencil Unveils Strategic Medium-term Business ...](#)
2. [新中期経営計画「中期経営計画 2025－2027」策定－三菱鉛筆](#)
3. [三菱鉛筆【7976】：コーポレート・ガバナンスに関する報告書 ...](#)
4. [Management Policy / Corporate Strategy－Mitsubishi Electric](#)
5. [Corporate Strategy 2027 | About Us](#)
6. [【QA あり】三菱鉛筆、売上高・各利益ともに過去最高を更新 ...](#)
7. [【QA あり】三菱鉛筆、売上高・各利益ともに過去最高を更新 ...](#)
8. [IR STREET EN Top Page](#)
9. [Corporate Strategy 2027 | News Release](#)
10. [三菱鉛筆の知的財産への投資－よろず知財戦略コンサルティング](#)
11. [三菱鉛筆の企業情報－7976 / プライム / その他製品](#)
12. [Notice of Convocation of the 23rd \(FY2024\) Annual General Meeting ...](#)
13. [IR STREET EN Top Page](#)
14. [三菱鉛筆、「中期経営計画 2025－2027」を策定・公表し ...](#)
15. [Medium-term Management Plan Grow UP 2026 | Investors](#)
16. [株式会社パイロットコーポレーション－Shared Research](#)
17. [Mitsubishi Corporation Announces Corporate Strategy 2027](#)
18. [中期経営計画－uni MITSUBISHI PENCIL 三菱鉛筆株式会社](#)
19. [三菱鉛筆、「中期経営計画 2025－2027」を策定 ...－日本経済新聞](#)
20. [医薬ニュース.com | 医薬・製薬業界の最新ニュースを紹介](#)
21. [中期経営計画－uni MITSUBISHI PENCIL 三菱鉛筆株式会社](#)
22. [三菱鉛筆、「中期経営計画 2025－2027」を策定 ...－日本経済新聞](#)
23. [三菱鉛筆、「中期経営計画 2025－2027」を策定・公表し ...](#)
24. [新中期経営計画「中期経営計画 2025－2027」策定－三菱鉛筆](#)
25. [中期経営計画 | 経営情報 | 三菱鉛筆株式会社](#)
26. [三菱鉛筆（株）の決算情報－Yahoo! ファイナンス](#)
27. [株式会社パイロットコーポレーション－Shared Research](#)

28. [三菱鉛筆の知的財産への投資 – よろず知財戦略コンサルティング](#)
29. [【QA あり】三菱鉛筆、売上高・各利益ともに過去最高を更新 ...](#)
30. [新中期経営計画「中期経営計画 2025－2027」策定、及びブランドムービー公開 | プレスリリース | 三菱鉛筆株式会社](#)
31. [三菱鉛筆、「中期経営計画 2025－2027」を策定・公表しブランドムービーを公開 – 日本経済新聞](#)
32. [三菱鉛筆（7976）の財務情報ならログミーFinance 三菱鉛筆、売上高・各利益ともに過去最高を更新 コスト高騰継続も売上高伸長により販売差益が増加 – ログミーファイナンス](#)
33. [筆記具市場における競争地位別の知財戦略を探る – J－Stage](#)
34. [よろず知財戦略コンサルティング](#)
35. [三菱鉛筆株式会社の戦略・強み・弱み・競合他社情報 ... – Iroots](#)
36. [非三菱グループの三菱鉛筆、知られざる“素性”と商標抹殺寸前 ...](#)
37. [三菱鉛筆の企業情報 – 7976 / プライム / その他製品](#)
38. [消せるボールペンをめぐる特許訴訟 – デライブ知的財産事務所](#)
39. [クルトガ 広報誌「とっきょ」2019 年 12 月 9 日発行号 – 特許庁](#)
40. [三菱鉛筆とパイロットコーポレーション | puremoru – note](#)
41. [三菱鉛筆の知的財産への投資 – よろず知財戦略コンサルティング](#)
42. [デジタル化が進んでも「三菱鉛筆」が過去最高売上高を達成 ...](#)
43. [単一の色彩のみからなる商標の出願が識別力を欠くとして登録 ...](#)
44. [他部門を本気に：三菱鉛筆・クルトガ【1】](#)
45. [パイロット vs 三菱鉛筆 DX はどこ吹く風、海外市場で躍進](#)
46. [ニッポンの筆記具、「逆風下」で稼ぐ秘訣 パイロットと三菱鉛筆 ...](#)
47. [株式会社パイロットコーポレーション | Shared Research](#)