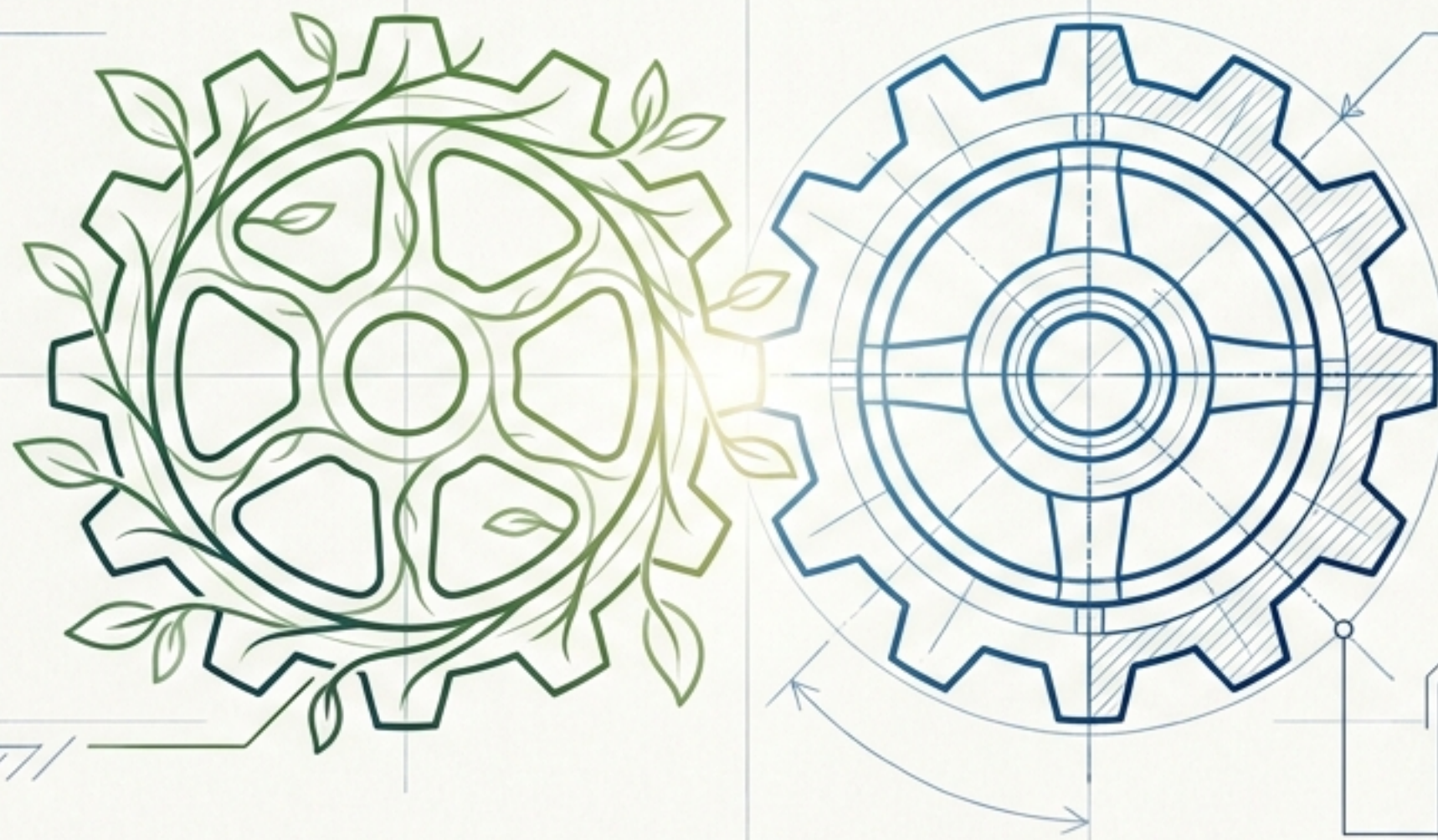


知的財産の視点からみた「デザイン経営」の完全実装

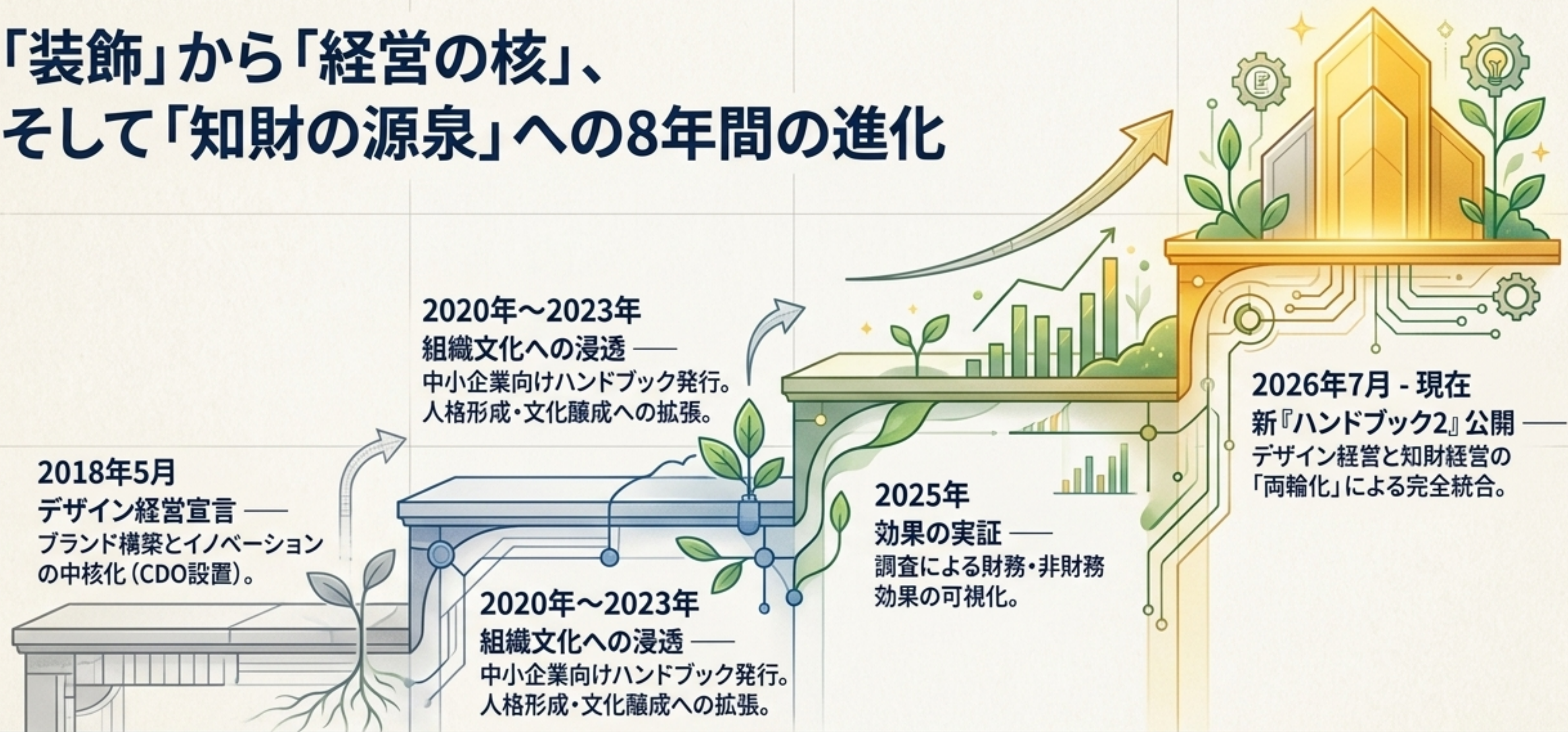
特許庁『デザイン経営ハンドブック2』(2026年版) 総合分析・実装ガイド



本書の中心命題

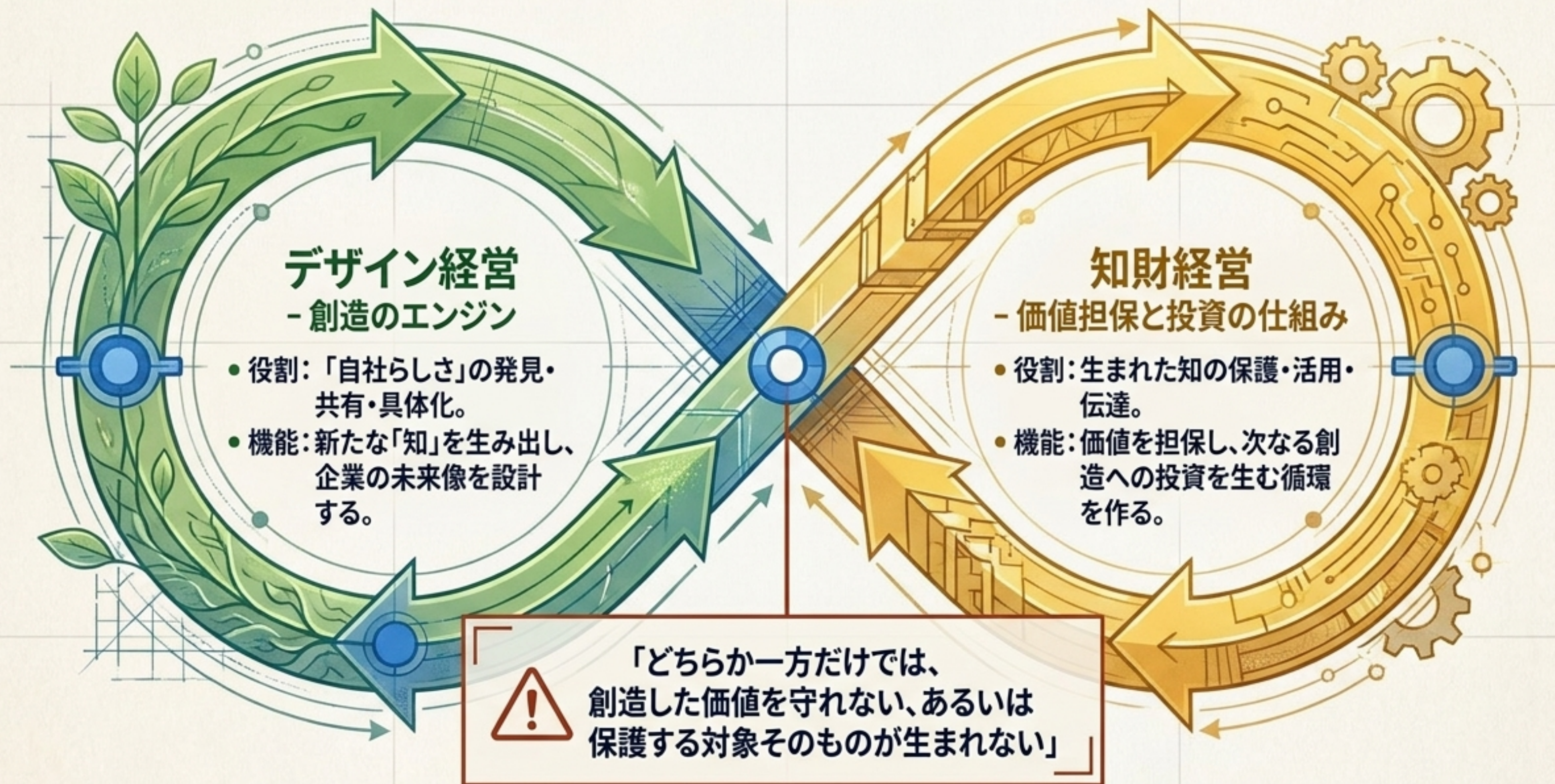
デザイン経営(自社らしさの具現化)と知財経営(知の保護と活用)を分断された専門活動ではなく「**両輪**」として**統合**し、企業固有の知を循環させる「**生きた経営設計書**」への転換。

「装飾」から「経営の核」、 そして「知財の源泉」への8年間の進化



2026年版は単なるアップデートではない。企業のアイデンティティ、
組織変革、知財ガバナンスを「一体化」する新時代の経営設計書である。

創造と保護を接続する「両輪」のモデル



企業の価値は 「見えない知的資産」の 土壌から育つ

知的財産権 (IP Rights) – 制度的保護
特許権、意匠権、商標権。

知的財産 (Intellectual Property) – 具体化された価値
製品、サービス、技術、ブランド、ノウハウ。

知的資産 (Intellectual Assets) – 未可視化の源泉
企業理念、組織文化、従業員の経験・技能、
信用、顧客との関係。



従来型の「登録済み知財台帳」の管理だけでは不十分。
根底にある「自社らしさ」まで遡って棚卸しを行わなければ、
真の競争優位は可視化されない。

知的財産権の役割は「防御」から 「価値の伝達」へシフトする



従来の認識 - 盾

- 目的: 模倣防止、他社の排除、排他的保護。
- 指標: 単純な「出願件数」や「登録数」。

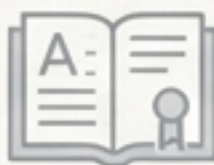
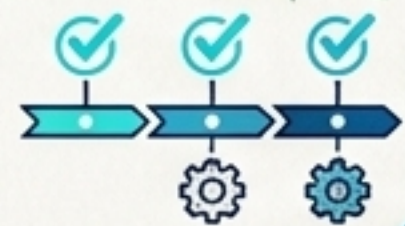


新時代の認識 - 伝える力

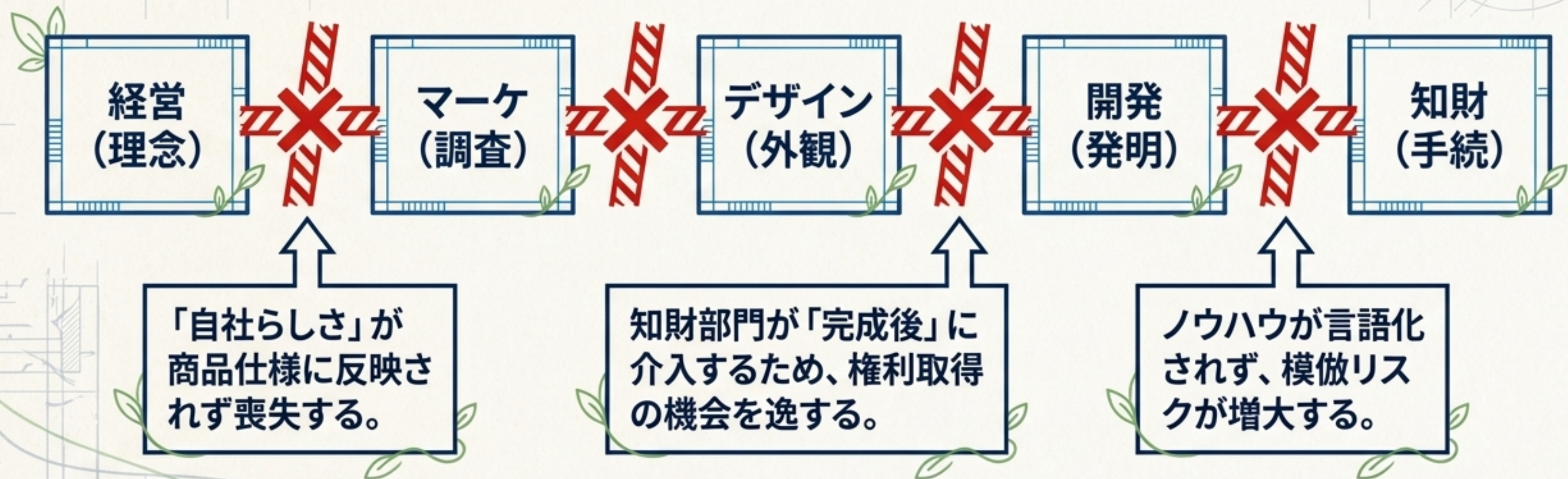
- 目的: 品質・独自性・信頼の証明、企業姿勢 (シグナル) の社外発信。
- 活用場面: ライセンス供与、共同開発の推進、優秀な人材の採用、金融・投資家との対話。

権利を取得するだけでは「伝える力」は生じない。
権利と事業上の価値、顧客便益、企業理念との関係を言語化し、接続することが求められる。

貴社の活動は接続されているか？（経営プロセス・ギャップ診断）

項目 (Dimension)	業界の慣行 (Industry Reality)	2026年版の新基準 (Handbook 2 Standard)
起点	理念と日常の 判断基準が分離 	✓ 「自社は何者か」の言語化を 価値創造の起点とする。 
評価	短期的な財務成果・ 売上のみで判断 	✓ 数字の前に、組織文化や 行動変化の「先行指標」を測る。 
体制	デザイン・知財が下流の 制作・手続工程に限定 	✓ 経営上流から横断チームが 構想に参画する。 
資産	権利化された特許・ 商標のみを台帳管理 	✓ 未可視化の知的資産（技能・ 顧客関係）から棚卸しする。 
知財介入	開発完了後・公開直前の クリアランス 	✓ 構想・試作・命名の各段階に 知財レビューを組み込む。 

最大のリスクは「知識不足」ではなく 「活動の分断」である



知財部門を「止める部門」から「価値の選択肢を増やす部門」へ変革し、
デザイナーを経営の問いに直結させる横断的接続が不可欠。

規模や業種を超えた、 知的創造サイクル実践の証明



企業規模に応じた、最適な横断チームの推進体制

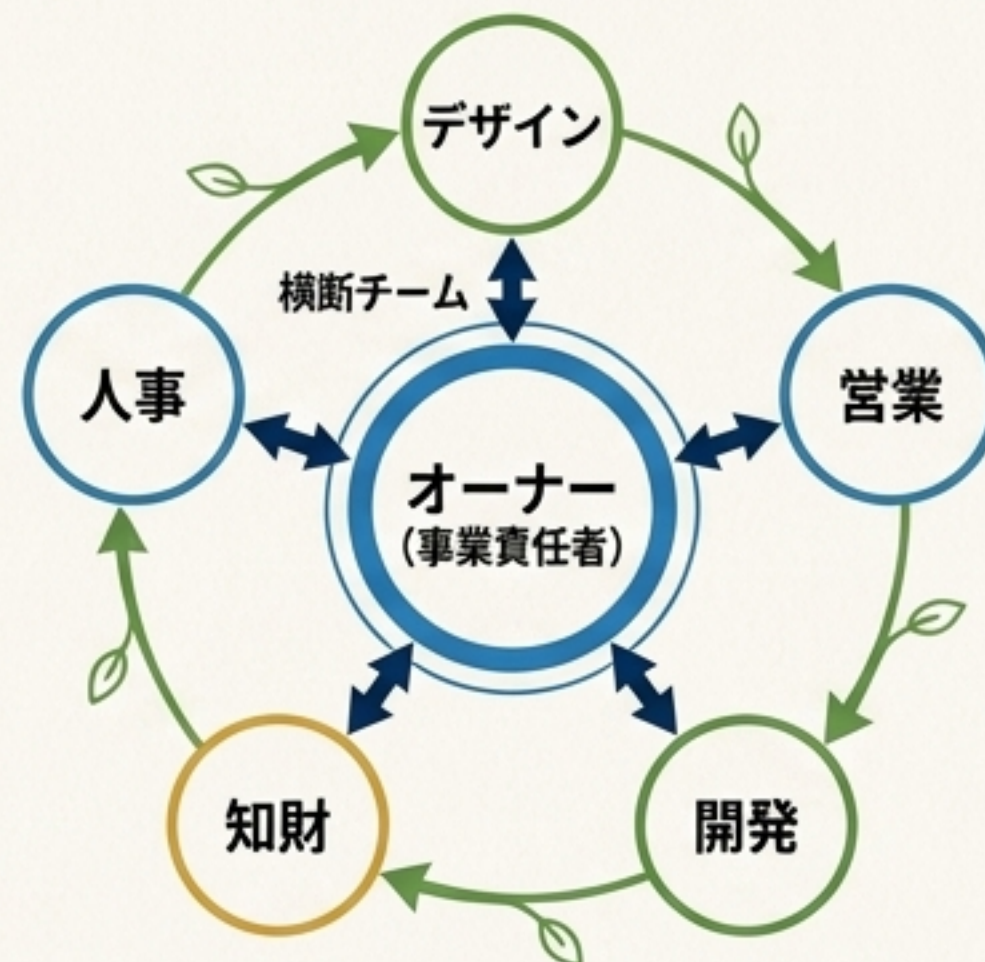
小規模企業

体制：経営者直轄＋外部専門家（デザイナー・弁理士）。
運用：月1回の4者合同会議で意思決定。



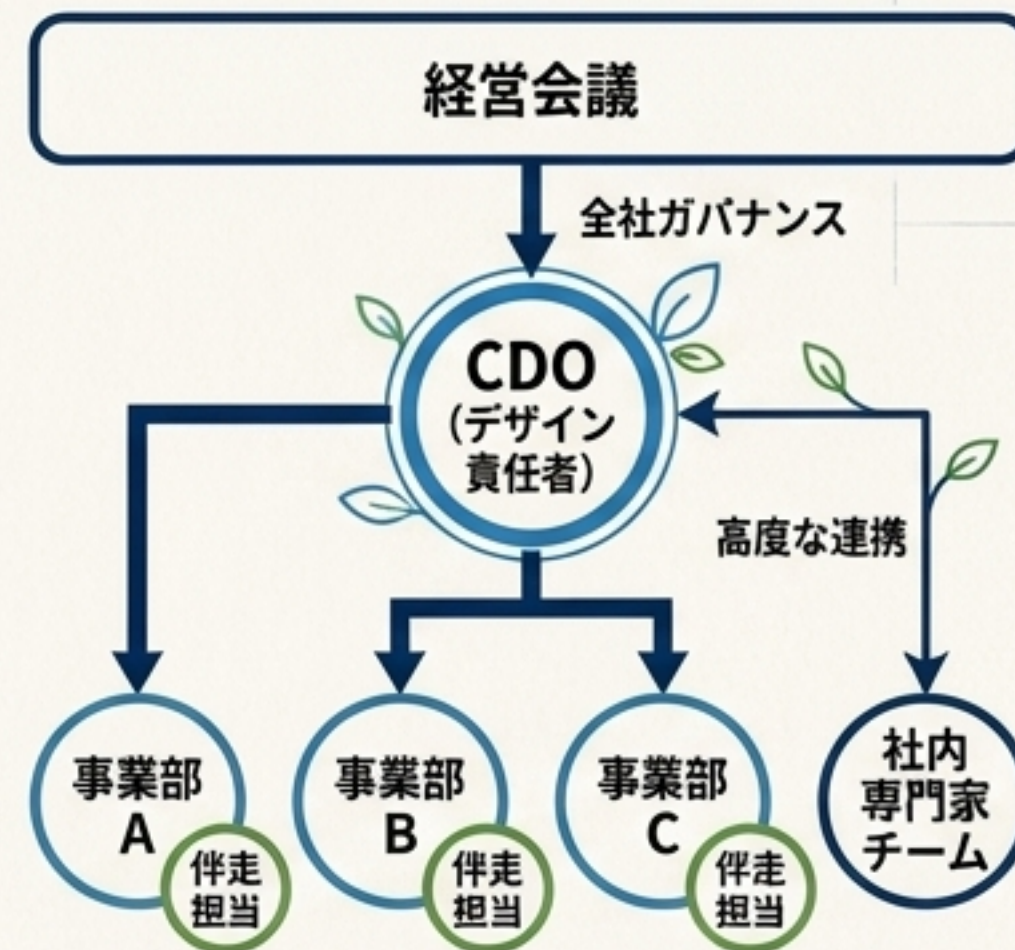
中堅企業

体制：経営企画または事業責任者をオーナーとする常設の部門横断チーム。
運用：デザイン・営業・開発・知財・人事が共通の課題を追う。



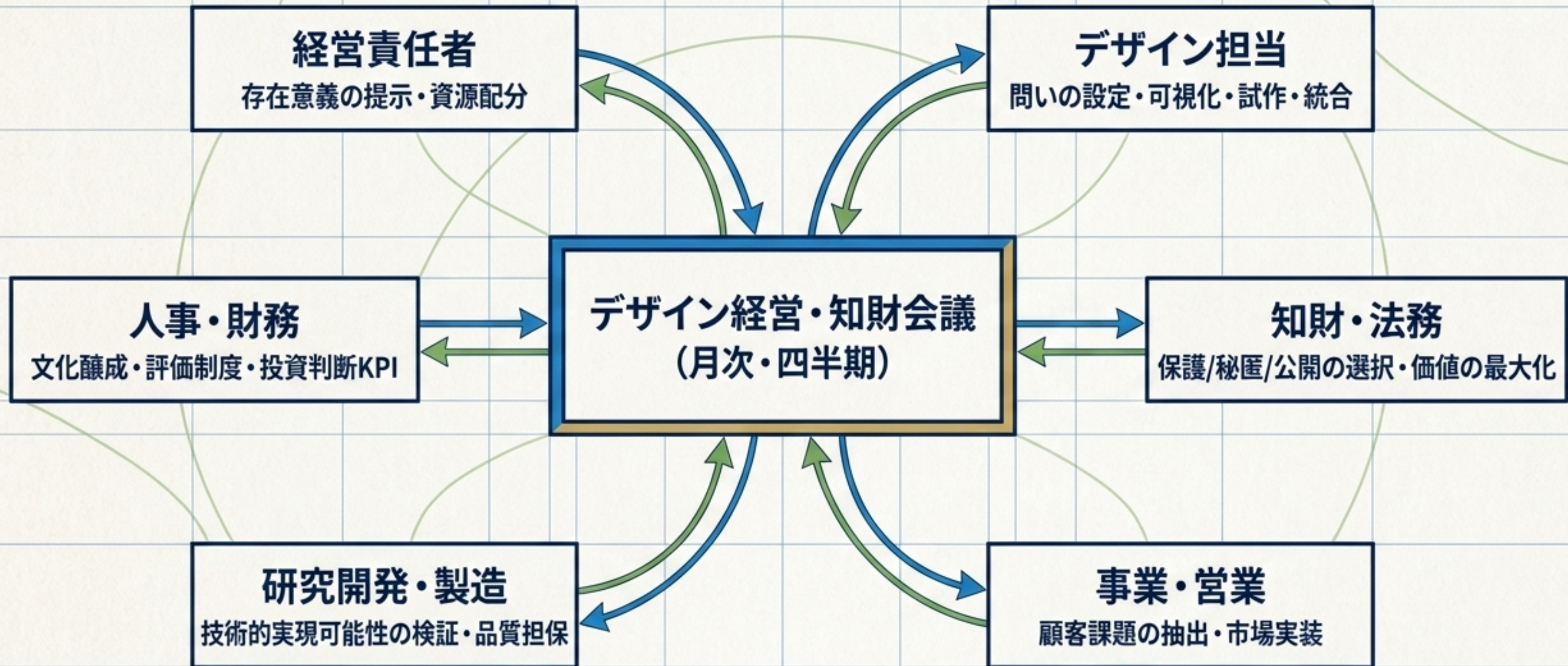
大企業

体制：経営会議に直結するデザイン責任者（CDO）＋全社共通ガバナンス。
運用：事業部ごとの伴走担当と、社内専門家チームによる高度な連携。

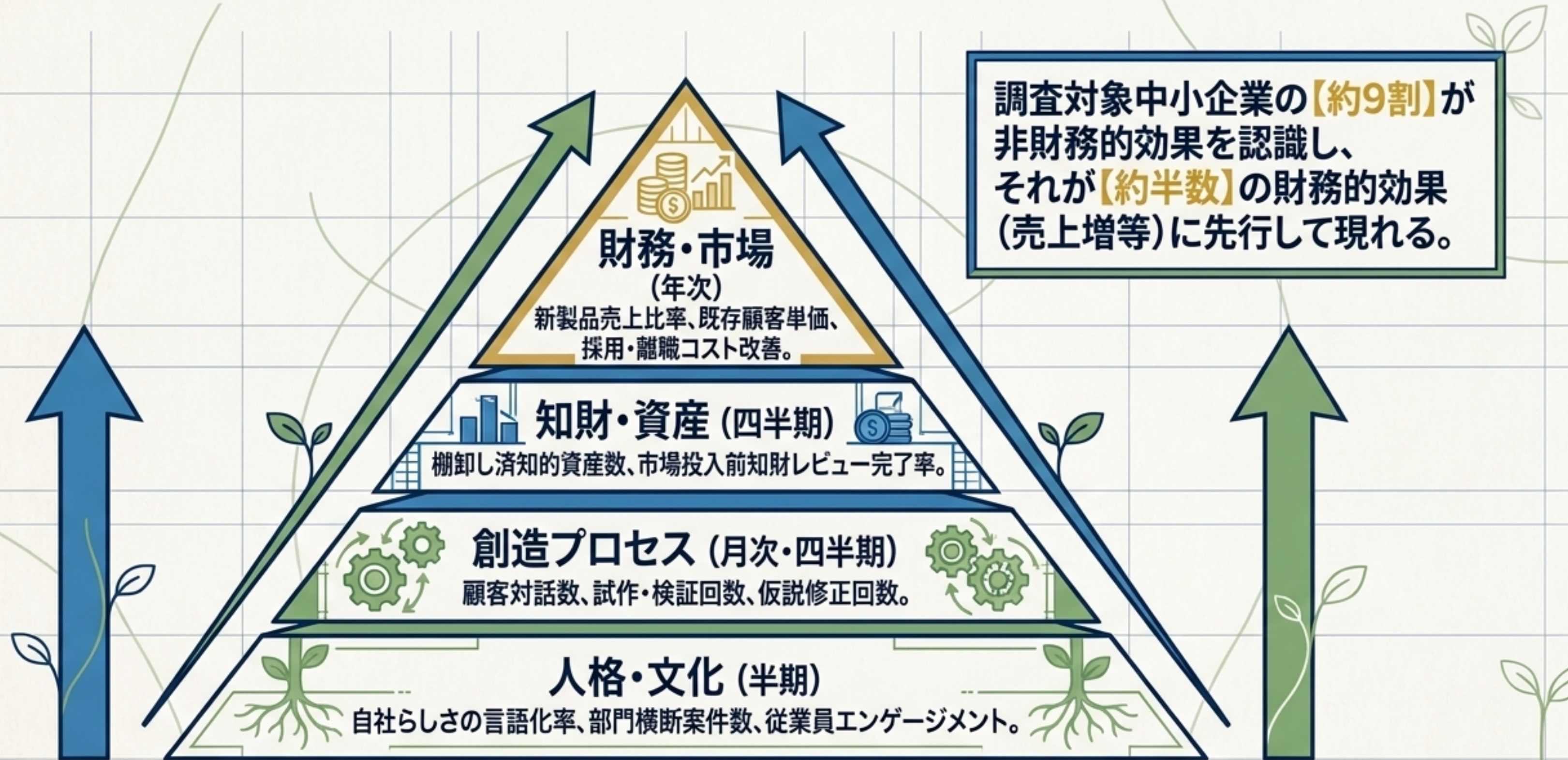


「予算・人員・撤退の意思決定に直接関与できなければ、それは経営ではなく単なる改善活動にとどまる」

知的創造を駆動するステークホルダーのエコシステム

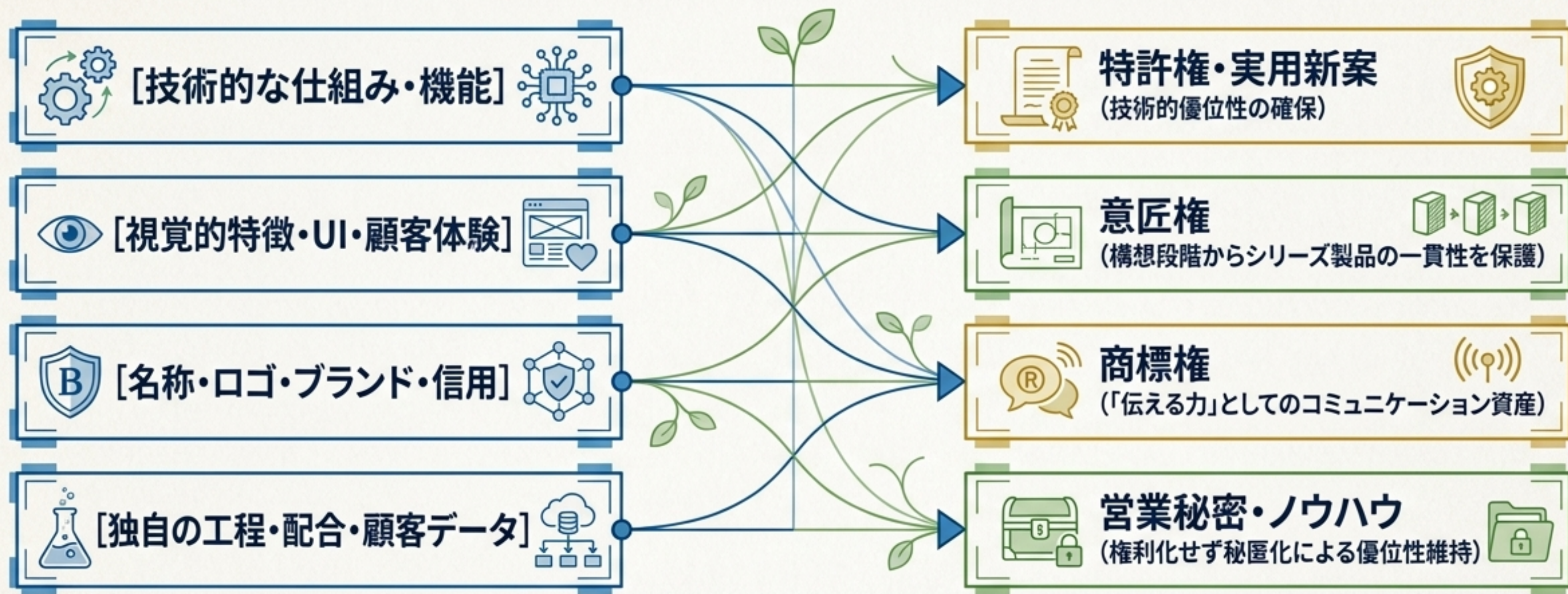


効果測定の新設計：数字の前に「組織の変化」を測る



※警告：「出願件数」を単独のKPIにしないこと（目指すべき価値伝達と逆行するリスク）。

価値要素に応じた「知財ポートフォリオ」の多角的設計



「何を権利化できるか」から出発しない。
「何が競争優位を支え、どの程度の期間守る必要があるか」から逆算して設計する。

小さく始め、循環を確立する 「12ヶ月の実装ロードマップ」



実装を阻む落とし穴と、 今後の検証課題



1. 認識と体制の壁

デザインを「表面的な装飾」と誤認し、経営の問いを共有せずに外部に「正解のロゴ」だけを発注する失敗。



2. 短期評価の罠

非財務的成果（学習や文化変化）が財務成果に結びつく前に、短期的な売上指標のみでプロジェクトを打ち切るリスク。



3. 知財の境界の難しさ

ノウハウの言語化による共有メリットと、情報流出リスクの相反。弁理士等の専門家との早期協働が必須。

※本ハンドブック(2026年公開)の効果の長期的・定量的な一般化は今後の継続検証課題である。

「自社らしさが息づく知を、経営の力に変える」



核心は、デザイン部門や知財部門を新設することではない。
「知を発見し、形にし、守り、再び学びとして蓄積する」
一連の経営サイクルを回し続けることにある。