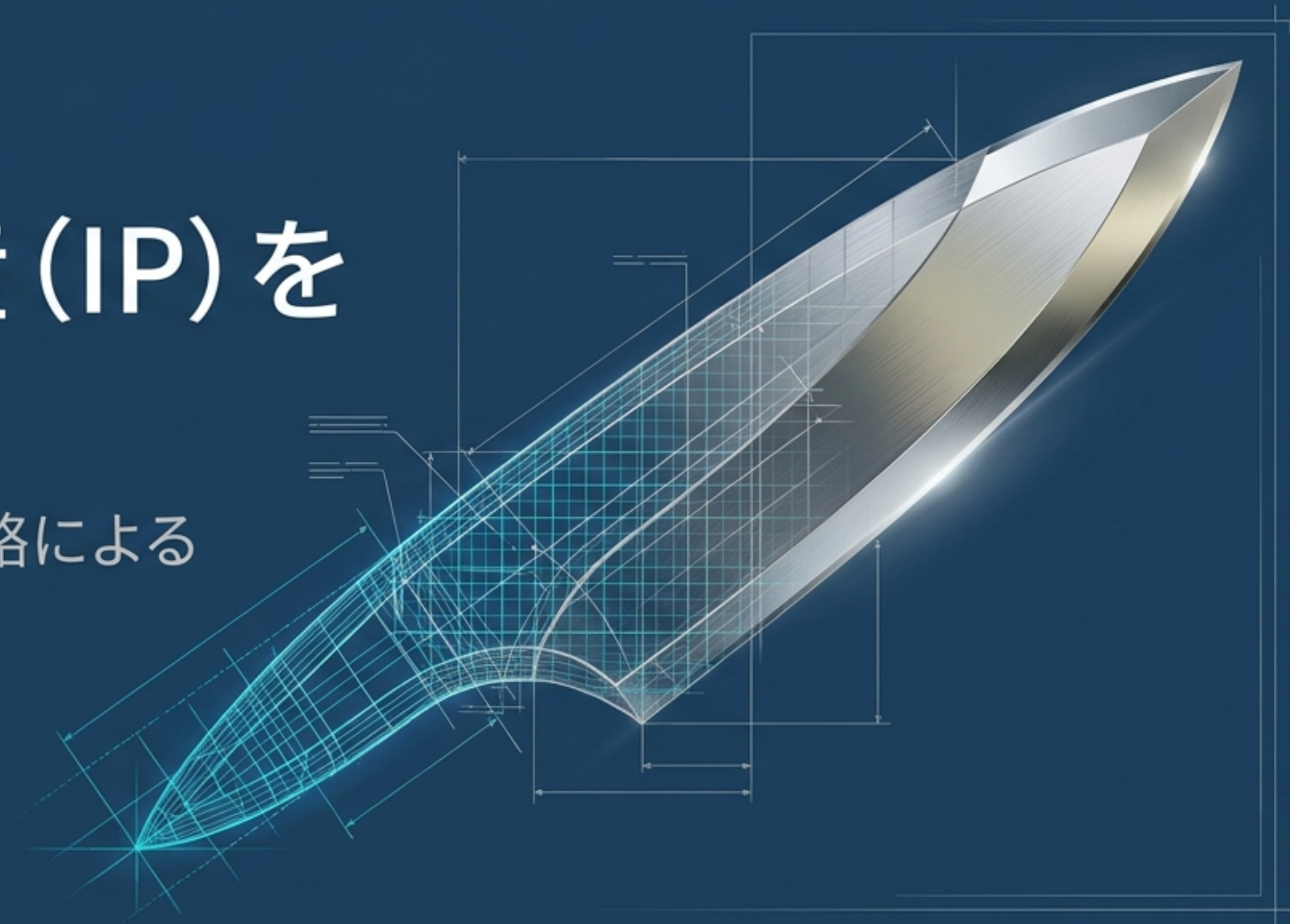


見えない資産 (IP) を 研ぎ澄ます

貝印が証明した、知財戦略による
「コモディティ化打破」と
「組織変革」の軌跡



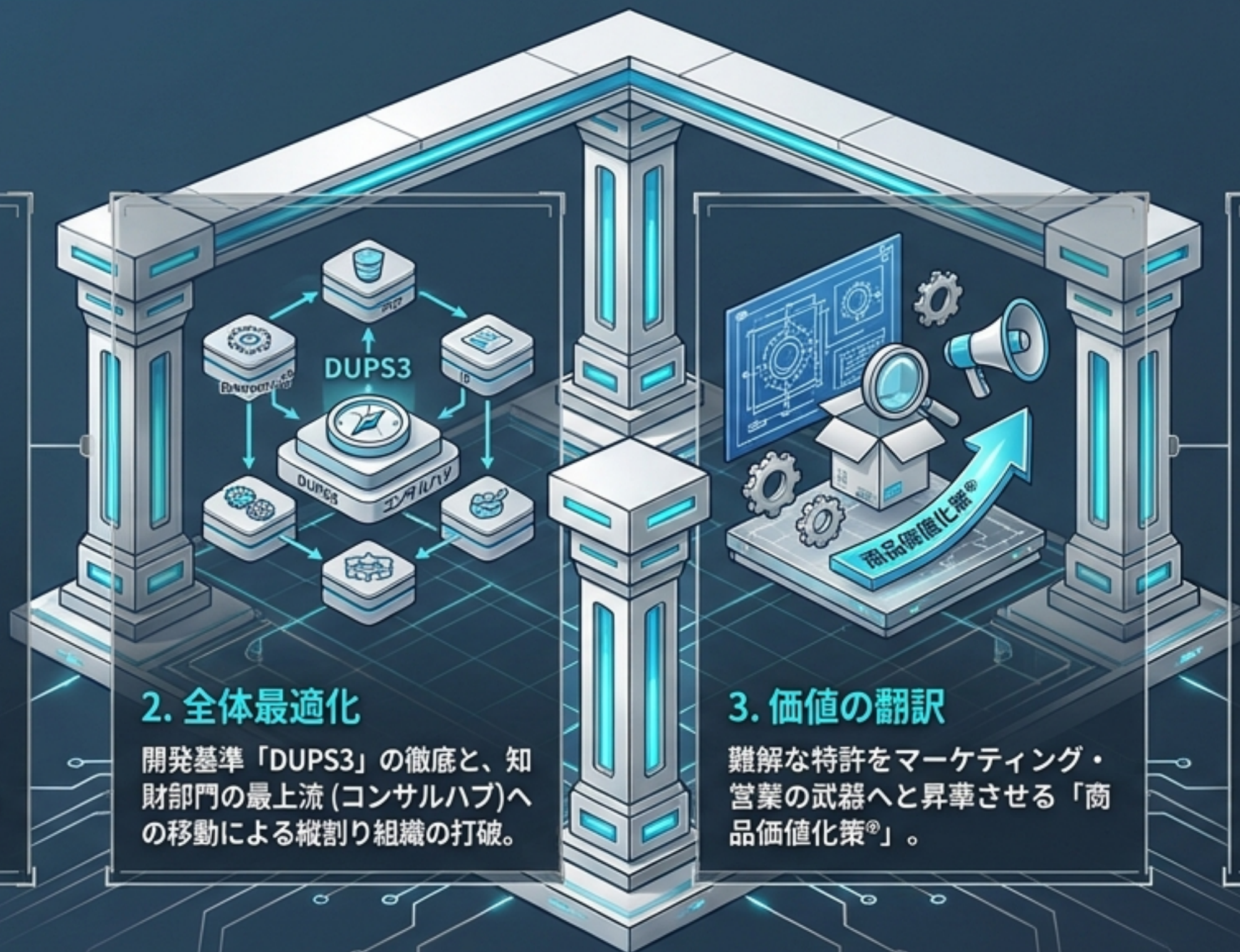
THE CORPORATE TRANSFORMATION JOURNEY

無形資産による競争優位メカニズム



1. 組織心理の修復

IPランドスケープを用いたエビデンス提示による、開発陣の「心理的ゲームチェンジ」と自信回復。



2. 全体最適化

開発基準「DUPS3」の徹底と、知財部門の最上流 (コンサルハブ) への移動による縦割り組織の打破。

3. 価値の翻訳

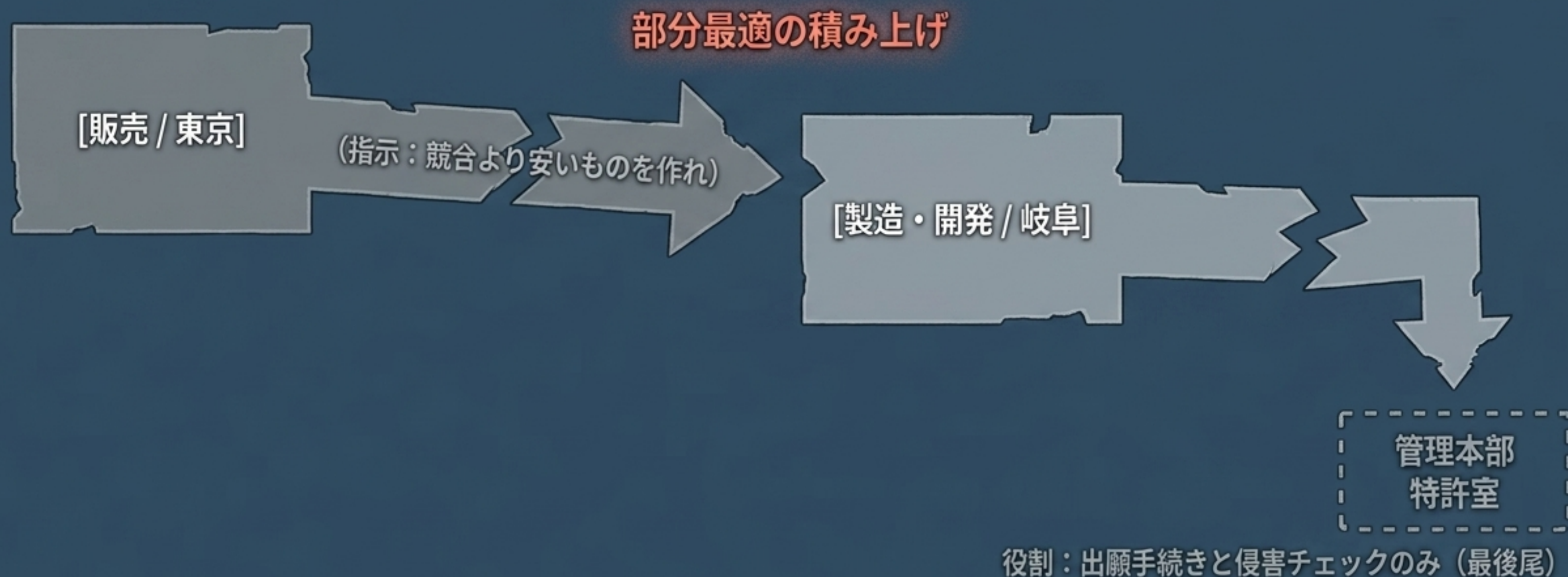
難解な特許をマーケティング・営業の武器へと昇華させる「商品価値化策®」。

4. トラスト構築

模倣品へのゼロトラスタンス (毅然たる対応) がもたらす、ブランド防衛とオープンイノベーションの牽引。

単なる法務的防衛から、経営戦略・マーケティング・組織風土を牽引する「攻めと守りのエンジン」への劇的な転換。

コモディティ化の罠と「サイロ化」という組織的病理



巨大外資系企業（ジレット、シック）への過度なフォロワー戦略によるレッドオーシャンでの消耗戦。独自性の欠如、頻発する手戻り、そして開発陣の深刻な疲弊感。売上高は400億円台で停滞（2018年当時）。

経営方針の転換：「社員ファースト」の知財ガバナンス

The Philosophy

「最優先の
ステークホルダーは
投資家ではなく
『社員』である。」

— CIPO 地曳慶 —

身内が自社の知財価値を理解し、誇りを持たなければ、外部に開示しても説得力はない。
社内理解こそが業績直結の鍵。

The Action - クロスミーティング

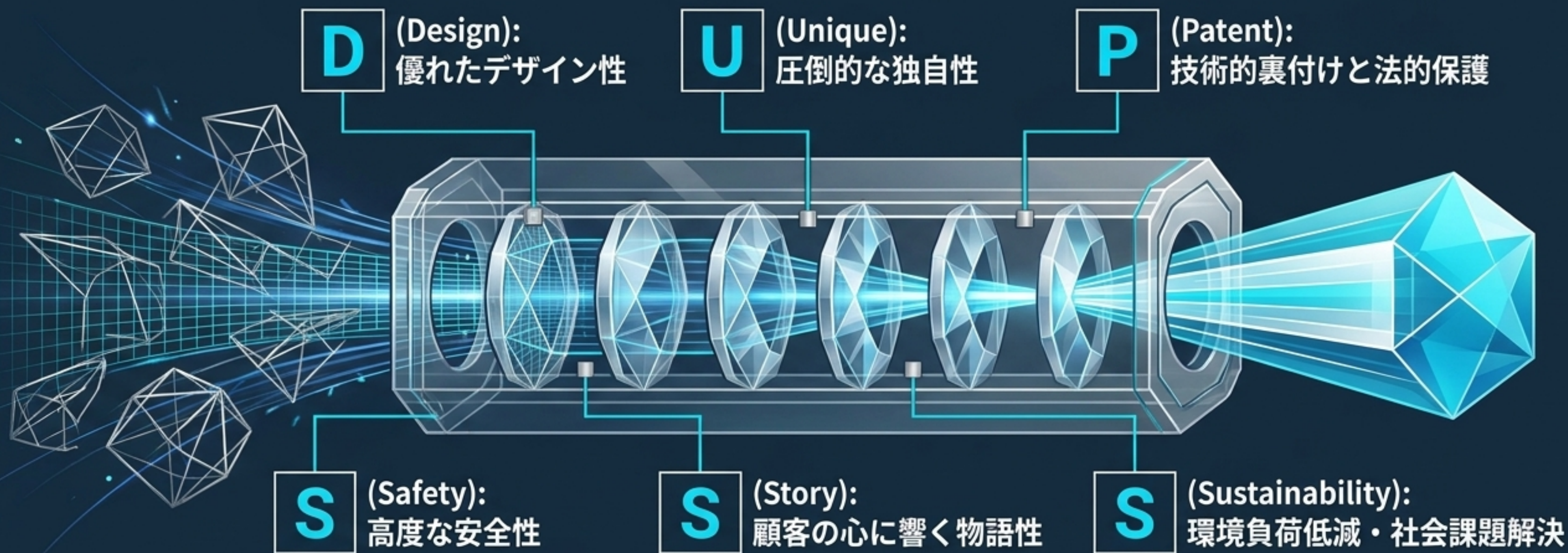
社内顧客との
打ち合わせ
心得16箇条

年間100回超の
「クロスミーティング」

19部門を横断

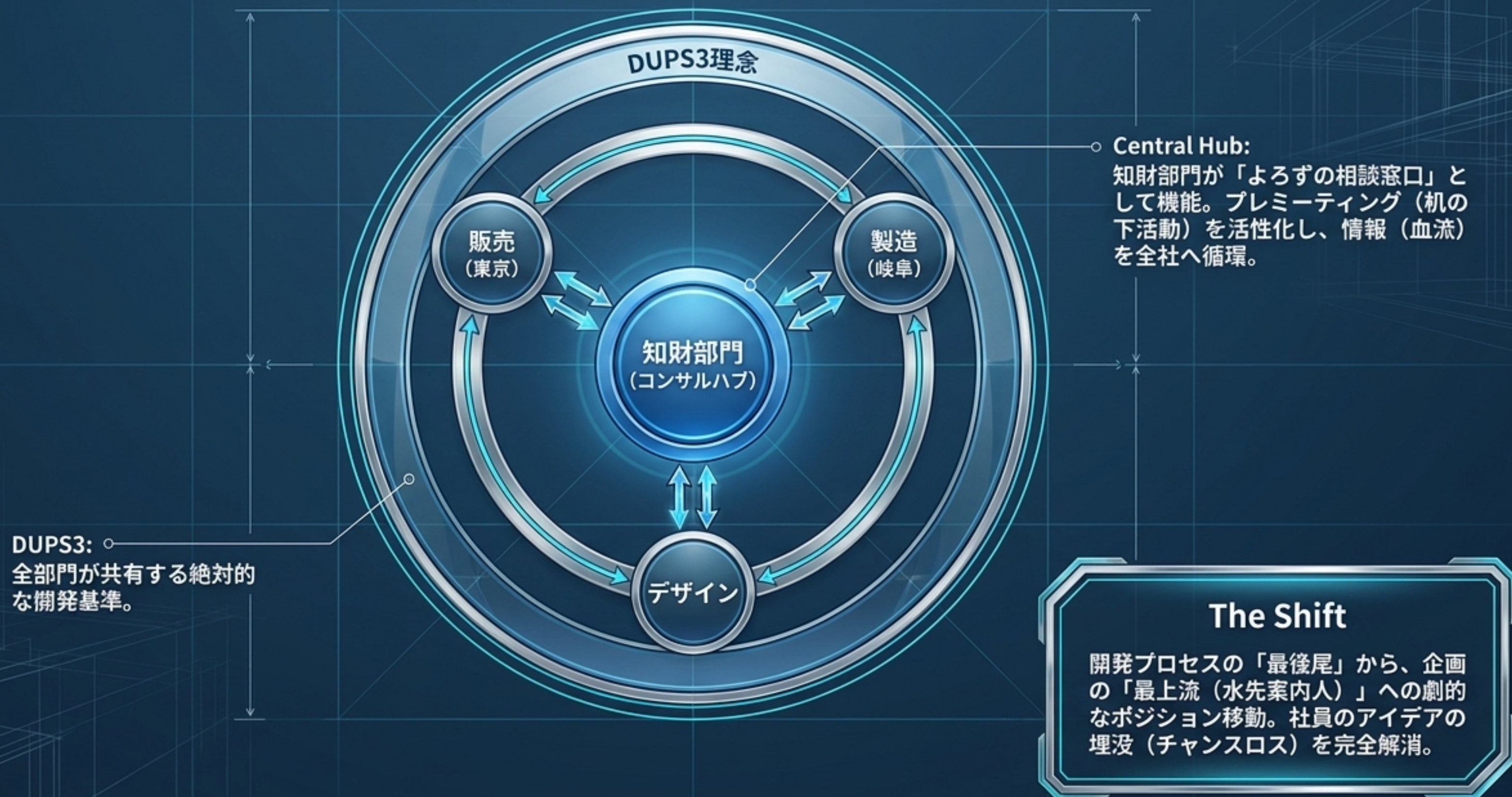
知財部門を『よろずの相談窓口』へ。
IT・外注による業務効率化で創出した時間を、
徹底的な社内コミュニケーションへ投資。

開発哲学のパラダイムシフト：「DUPS3」とフロントローディング



厳格なデザインレビューの導入: 企画の最上流から全局が連携し、この6基準を満たすよう徹底。
スピード至上主義のフォロワー体質を排除し、手戻りを激減。

組織の再定義：防衛的特許室から戦略的「コンサルハブ」へ



IPランドスケープが引き起こした「心理的ゲームチェンジ」

The Myth (固定観念)

「我々は巨大外資系企業の単なる後追いに過ぎない」という若手開発陣の疲弊と深刻な自信喪失。

The Reveal (データが暴く真実)

IPランドスケープ（知財分析）による徹底比較。圧倒的な資本力を持つはずの外資大手が、実は貝印の特許を「見本」とし、回避・応用しながら出願を行っていた事実が判明。

The Impact (覚醒)

客観的エビデンスの即時提示により、社内が劇的に覚醒。フォロワー体質から脱却し、自己効力感と誇りを取り戻した技術者が、自発的に独自アイデアを生み出す文化へ激変。



攻めの知財活用：「商品価値化策[®]」のバリューチェーン

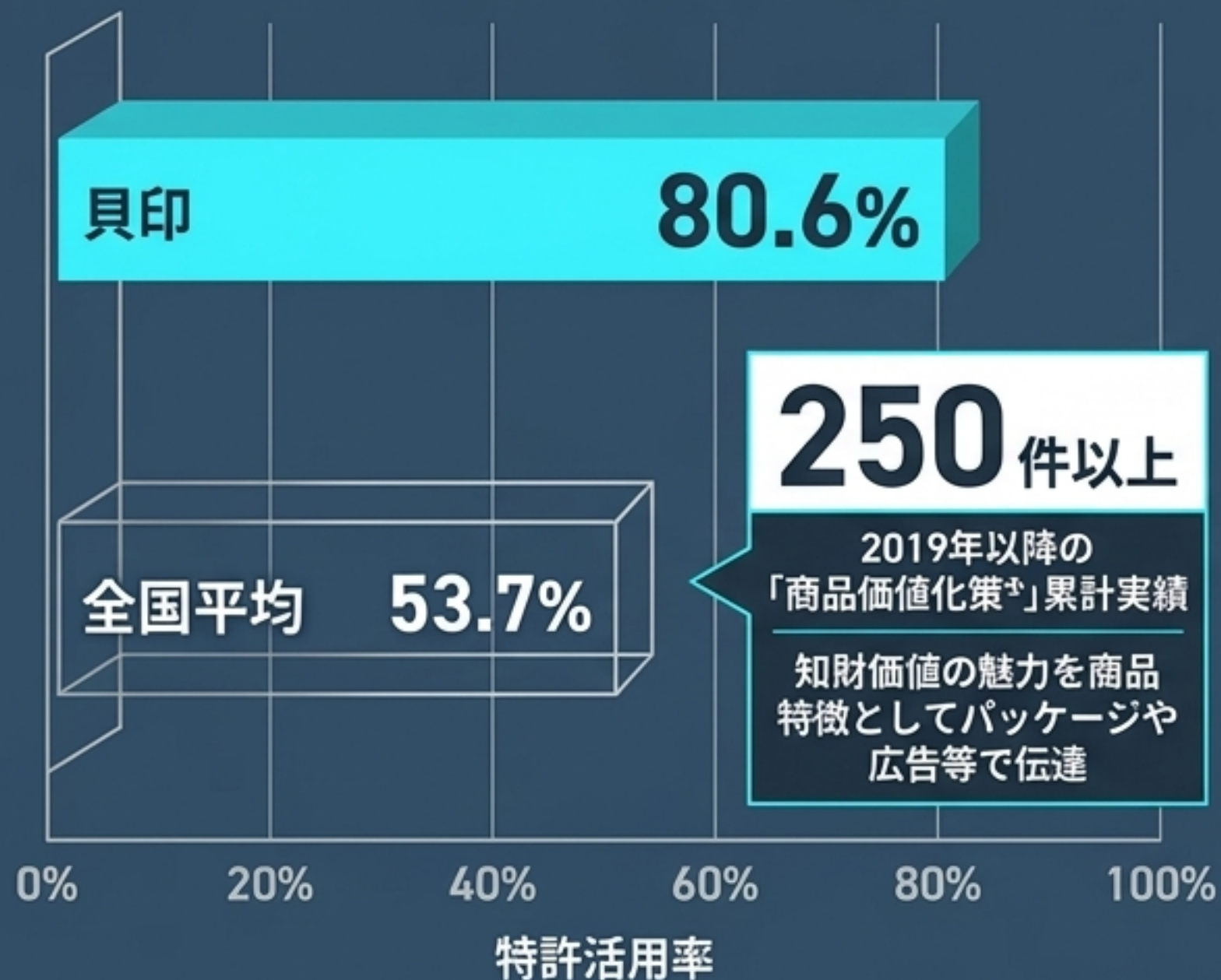


Key Insight: 獲得した権利を無形資産として眠らせず、マーケティングの最前線で「直接的なセールスツール」として徹底活用する。

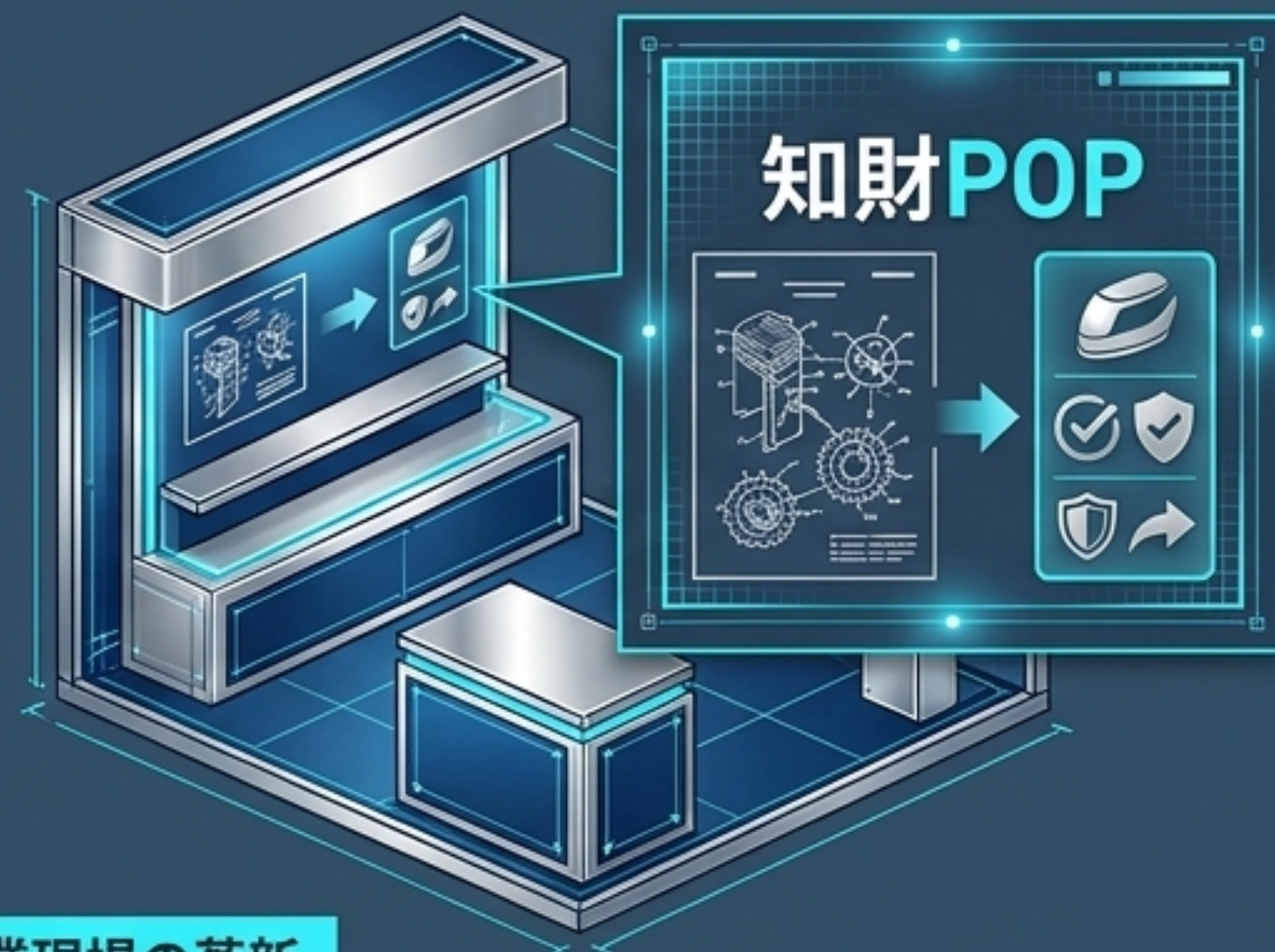
圧倒的エビデンス：驚異の特許活用率と「知財POP」

データによる実証 (Data Integration)

特許活用率の比較



知財POP - IP Point of Purchase (Retail Innovation)



営業現場の革新

- 商品の新規性を特許図面ベースの平易な言葉と図解で視覚化。
- かつて特許を無関係と考えていた営業マンが、最強の「クロージングツール」として商談会でプレゼン。
- 情報の非対称性を排除し、競合を圧倒。

守りの知財活用：ゼロトラスタンスが築く「ブランド・トラスト」

The Shield (模倣品対策)



- 180度転換したゼロトラスタンス（毅然たる対応）。
- 直近3年で300件超の差し止め・摘発を実施し、約4.8億円相当の損害回避。
- 「貝印は侵害を絶対に許さない」という強烈なレピュテーションが、グローバル市場や代理店からの強固な信頼を構築。



The Magnet (オープンイノベーション)



- サプライヤーからの持ち込み案件が急増。
- 「技術を正当に評価し、権利として守ってくれる貝印と組みたい」という声。
- 卓越したガバナンスが、新たな無形資産を外部から引き寄せる「引力」へと昇華。

Case Study 1: 「紙カミソリ」 - SDGsと知財の交差点

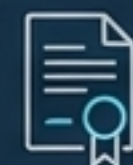
The Dilemma:
環境配慮素材の選択

再生プラスチック

紙

The IP Landscape Intervention

特許状況の徹底分析により「再生プラでは差別化困難。紙ならば強固な特許網が築ける」という決定的なエビデンスを提示し、素材選定を決定づけた。



特許第6894054号
取得



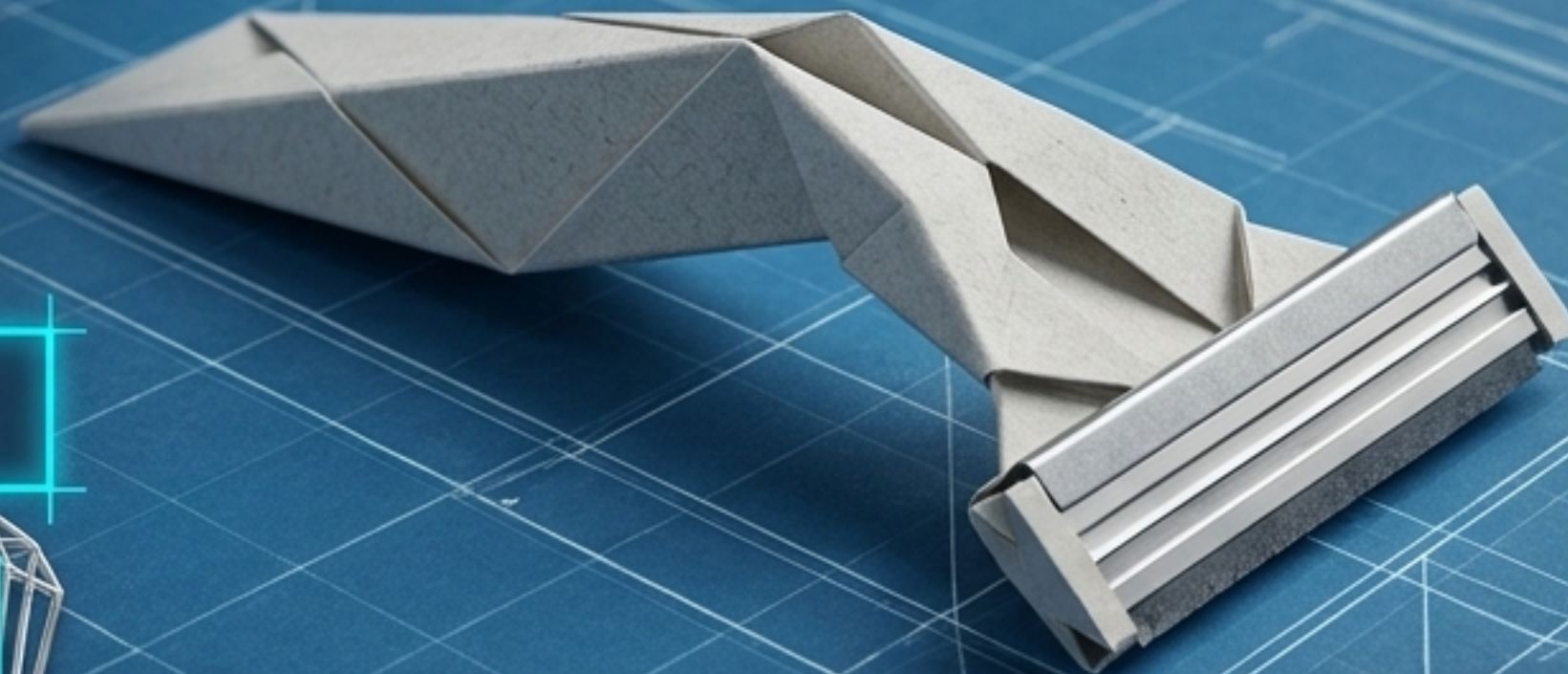
プラスチック使用量
98%削減



重量: 約4g /
厚さ: 3.1mm

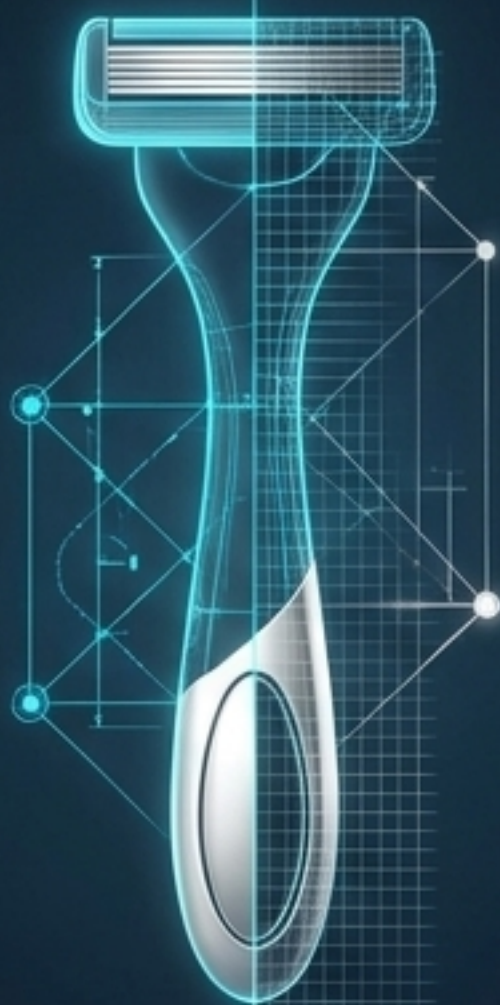


テスト販売で3日完売。
業界の「脱プラ」を
牽引する金字塔へ。



Case Study 2: コモディティからの脱却とプレミアム市場の開拓

なでそり - 脱フォロワー戦略



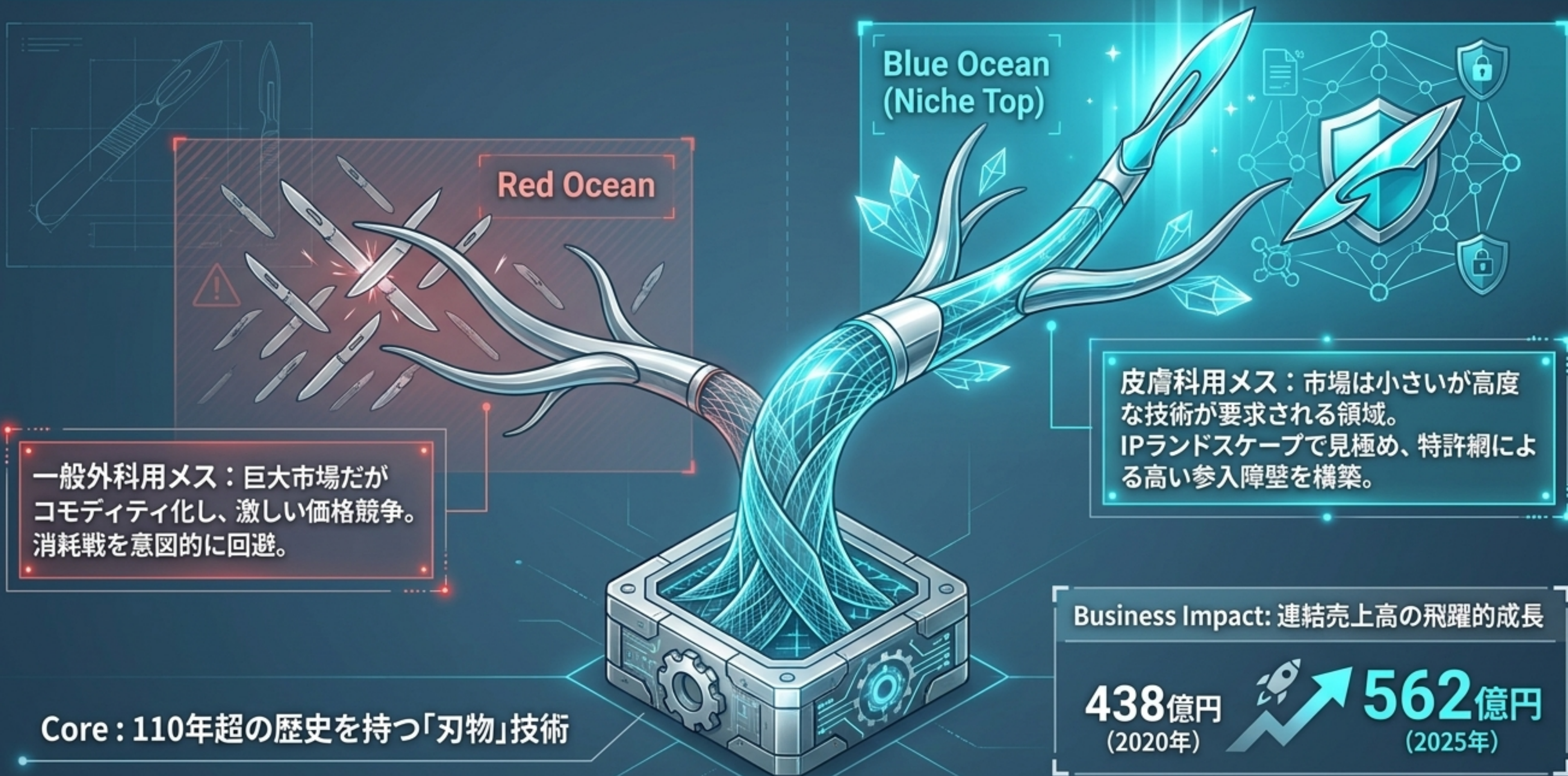
- **Strategy:** 「じっくり開発」。過度なスピード重視を捨て、4年の歳月をかけ安全性と使いやすさを徹底追求。
- **Result:** DUPS3の理念が結実し、発売初月で計画比3倍のヒット。
- **Protection:** 独自形状の特許網で強固に保護。

AUGER - 知財武装によるブランディング

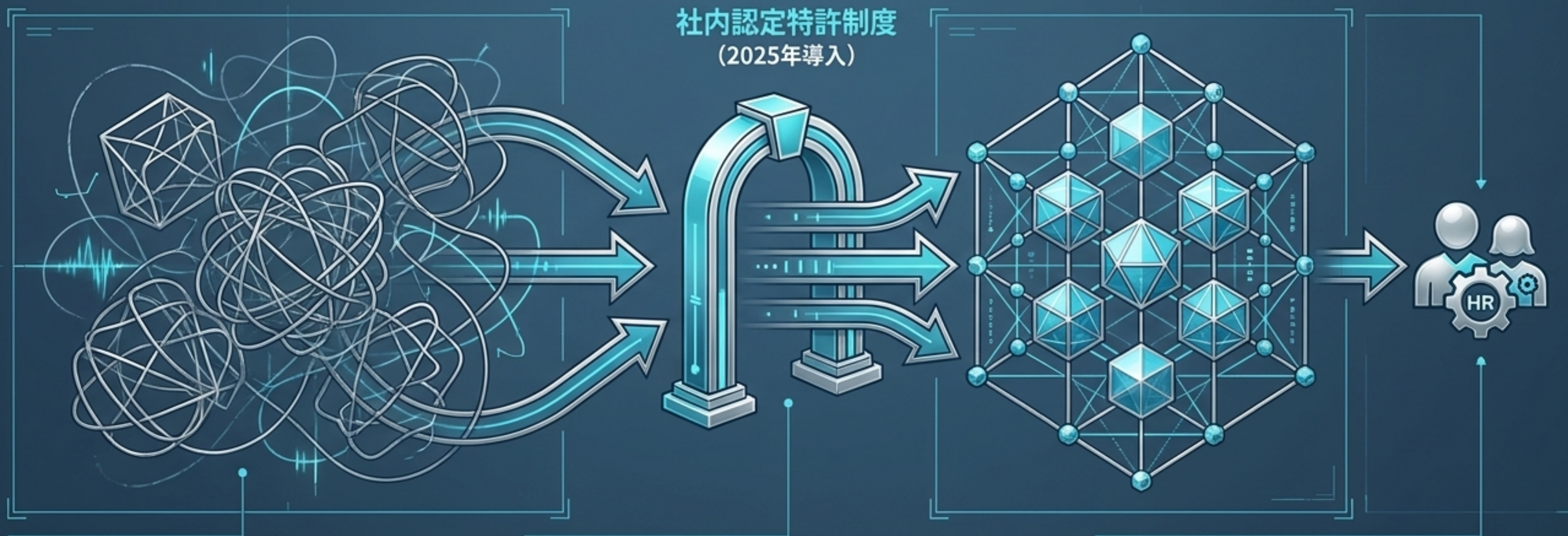


- **Strategy:** 男性向けプレミアム市場への参入。
- **Execution:** 「世界初！ヘッド角度可変機構」等、景表法リスクをクリアした力強いコピーライティング。
- **Protection:** 特許（第7500893号）と意匠（第1758701号）のハイブリッド保護による強力なポートフォリオ構築。

グローバル競争を勝ち抜く「ニッチトップ戦略」



次世代のガバナンス：暗黙知の「形式知化」と組織DNAへの定着



The Challenge: 熟練工のノウハウ

公開による模倣リスクが高く秘匿（ブラックボックス化）されがち。展開・移管時の大きな障壁。

The Solution: 論理的な言語化と記録

知財部門が熟練工をヒアリング。「なぜその寸法に辿り着いたか」という試行錯誤のプロセス自体を記録し、属人的な暗黙知を組織の共有財産（形式知）へと変換。

The Next Level: 人事評価への連動

高度なノウハウを開発・言語化した個人の貢献データを人事評価に直結（インセンティブ化）。無形資産の継続的創出をインフラ化。

100年企業を持続させる「知財フライホイール」



日本の製造業が陥る「死の谷」を架橋し、無形資産を企業価値の最大化へと変換する卓越した実践モデル。

「知財・無形資産ガバナンス表彰」特別賞受賞の真髄：

短期的な利益還元圧力に屈することなく、100年先の企業の永続性を見据えた、揺るぎない「持続可能な競争優位性（Sustainable Competitive Advantage）」の確立。