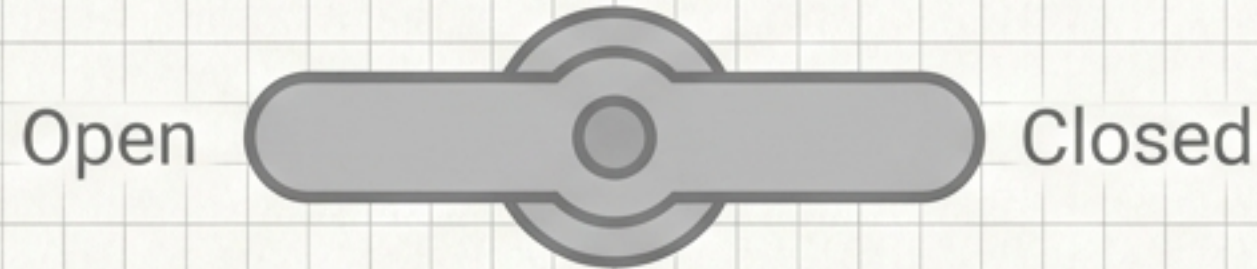
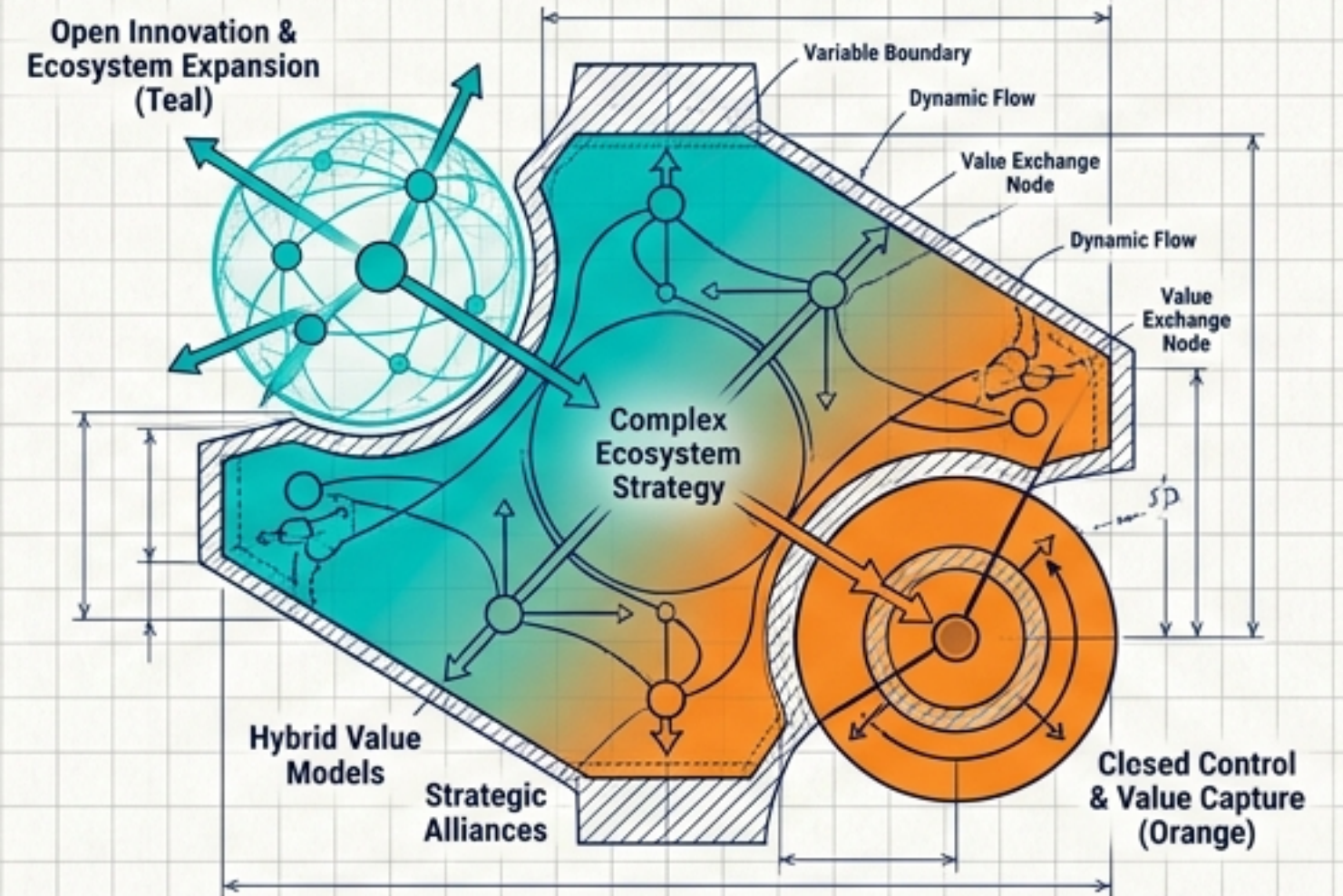


幻想 (The Myth)



- 「特許を多く取得して発明を守る」ことが常に最適である。
- 知財戦略は「クローズ（独占）」か「オープン（無償開放）」の二者択一である。
- あらゆる企業に通用する「一般解（ベストプラクティス）」が存在する。

現実 (The Reality)

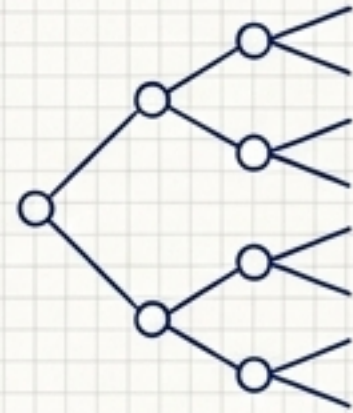


- 戦略は「何をなすべきか」を個別状況に応じて判断する「特殊解（実践知）」の設計である。
- 目的、価値回収点、制度、競争環境によって、最適解は常に変動する。
- 一般解はないが、解を導くための「一般原理」は存在する。

特殊解を要求する4つの力学 (理論的根拠)

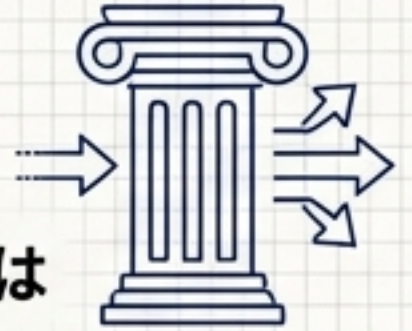
ゲーム理論 (外部力学)

相手の反応による利得構造の変化。
公開・秘匿、ライセンス条件は、
競争の速度と資本力に依存する。



制度論 (環境コンテキスト)

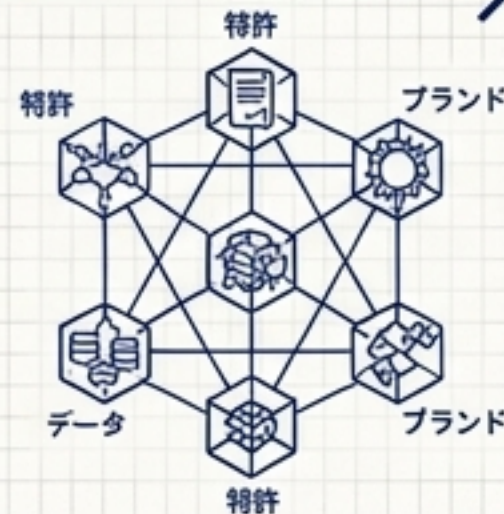
正統性の圧力。
法規制、ガイドラインなど
「人間が作った制約」に対し、組織は
受容・調整・回避を選択する。



知財戦略の 特殊解化

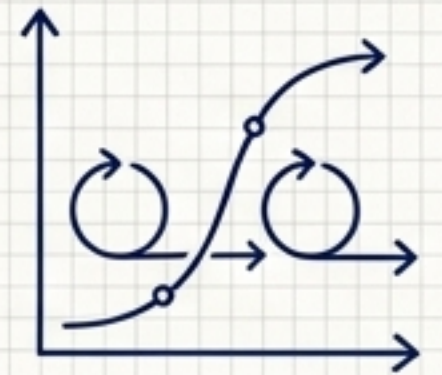
リソース・ベースト・ビュー (内部力学)

内部資源の異質性。
特許、データ、ブランドなど、
自社の保有する「資源束」が
戦略の形を決定づける。

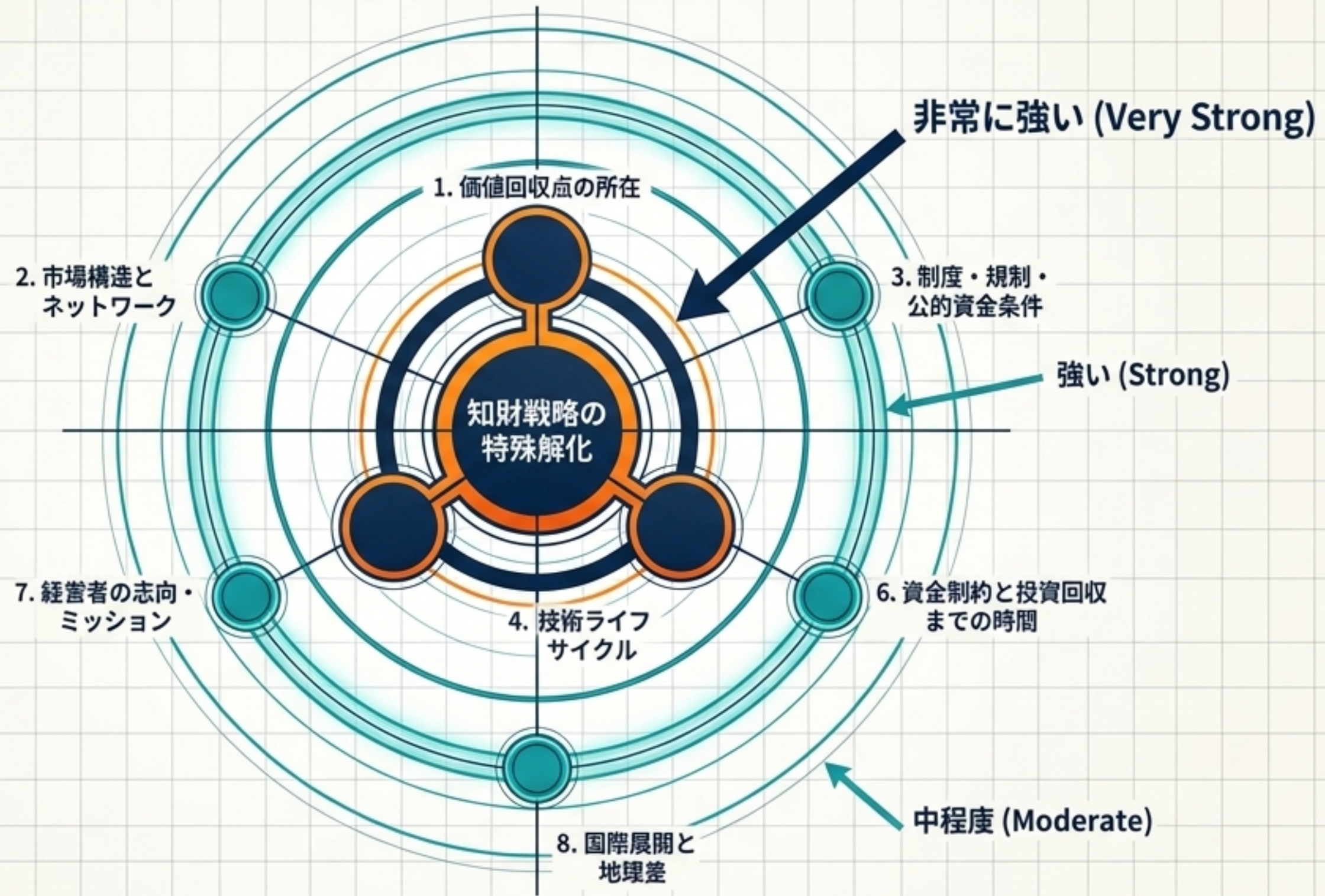


動学的能力論 (時間軸の力学)

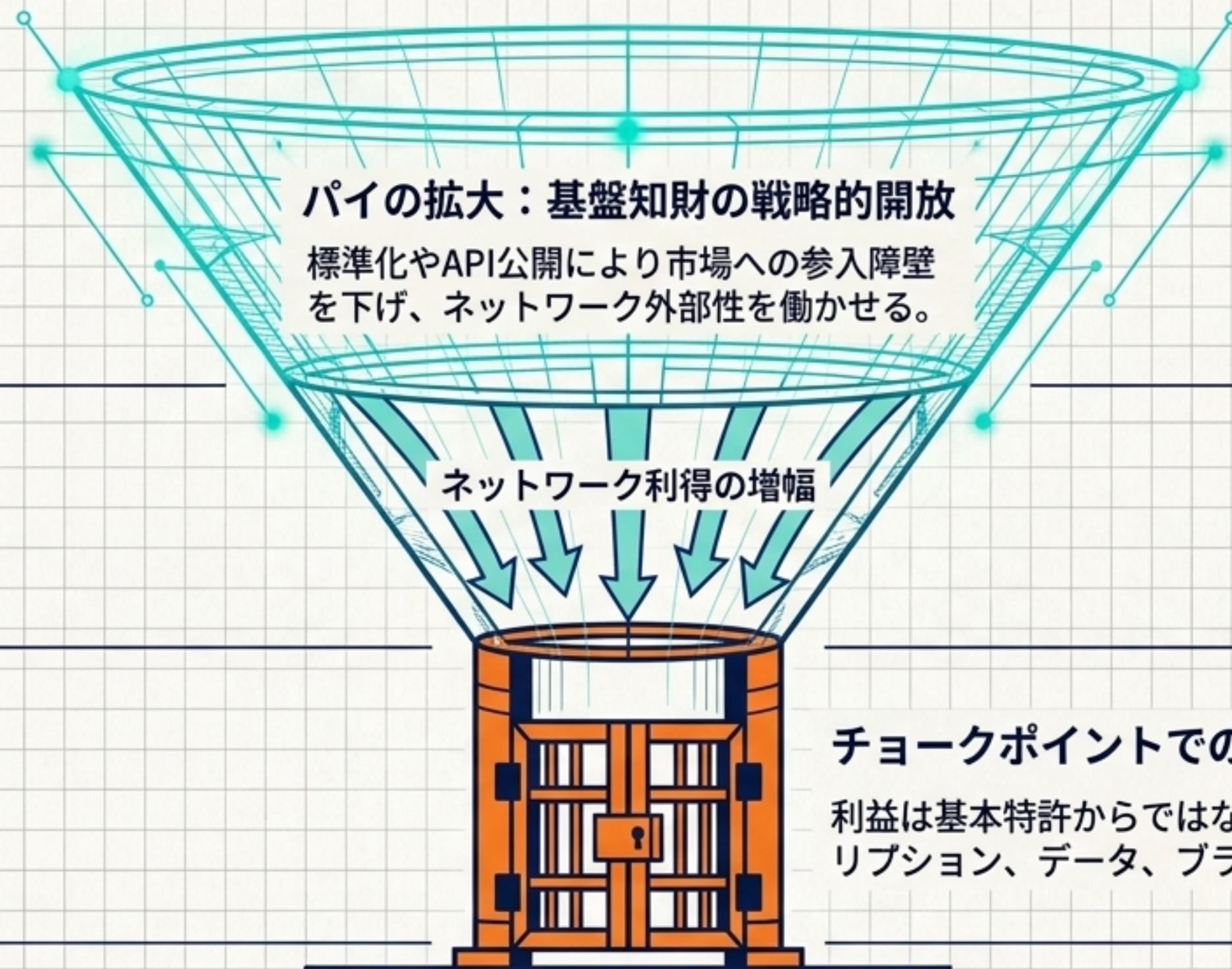
環境変化への適応。
「どの権利をいつ取得し、どこ
で開放し、いつ再編するか」を
継続的に調整する能力。







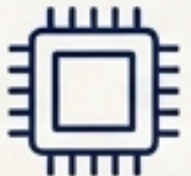
戦略の形を決定づける9つの主要因と因果強度



オープン化の真の目的：「市場拡大」と「価値回収」の分離



ケーススタディ比較：事業モデルが知財戦略の「特殊解」を決定する

企業/類型	価値回収点	知財施策の境界設計	成果
ダイキン (大企業) 	製品差別化	R32関連特許を無償 開放・権利不行使	R32エアコン累計 約2.3億台
iPSAJ (大学TLO) 	公益性・研究継続性	営利には原則非独占・ 非営利には無償	300ライセンス超、 多業種へ波及
Tesla (米国企業) 	規格・ネットワーク	特許訴訟抑制・ NACS等充電網開放	NACS向け25,000超 のストール
Gogoro (台湾新興) 	サブスク・データ	バイク関連知財を 無償ライセンス	70万人のライダー、 加入者66.5万人
Arm (英国企業) 	アーキテクチャ支配	広く柔軟なIP提供+ 数量連動ロイヤルティ	3,500億個超の チップ出荷

特殊解の設計 (1/3) : 製品差別化と公的実装

ダイキン - 大企業

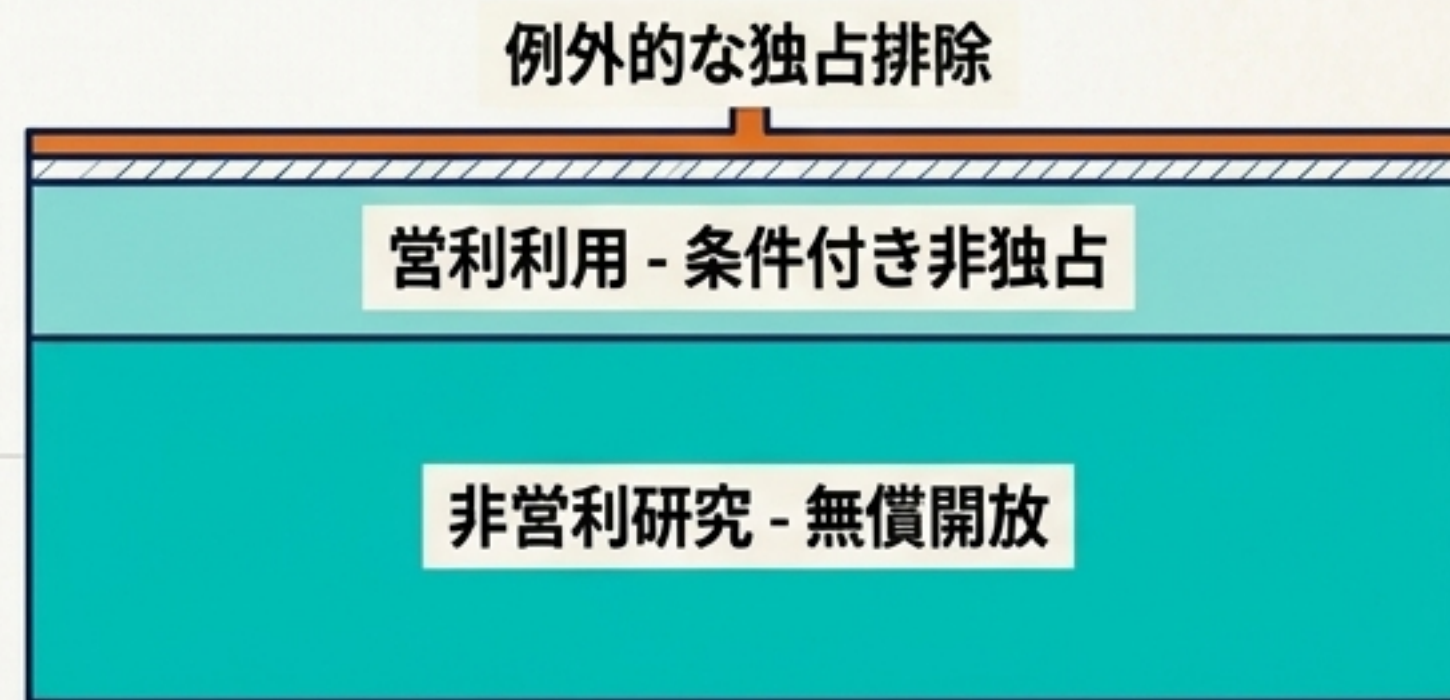


目的：R32冷媒の普及と空調優位性の維持。

境界設計：基盤を開いて市場を拡大し、周辺技術で収益化する「開放的だが非放任」の設計。

要因：冷媒普及は制度整備・教育と一体であるため、独占より市場形成が優先される。

iPSアカデミアジャパン - 大学TLO



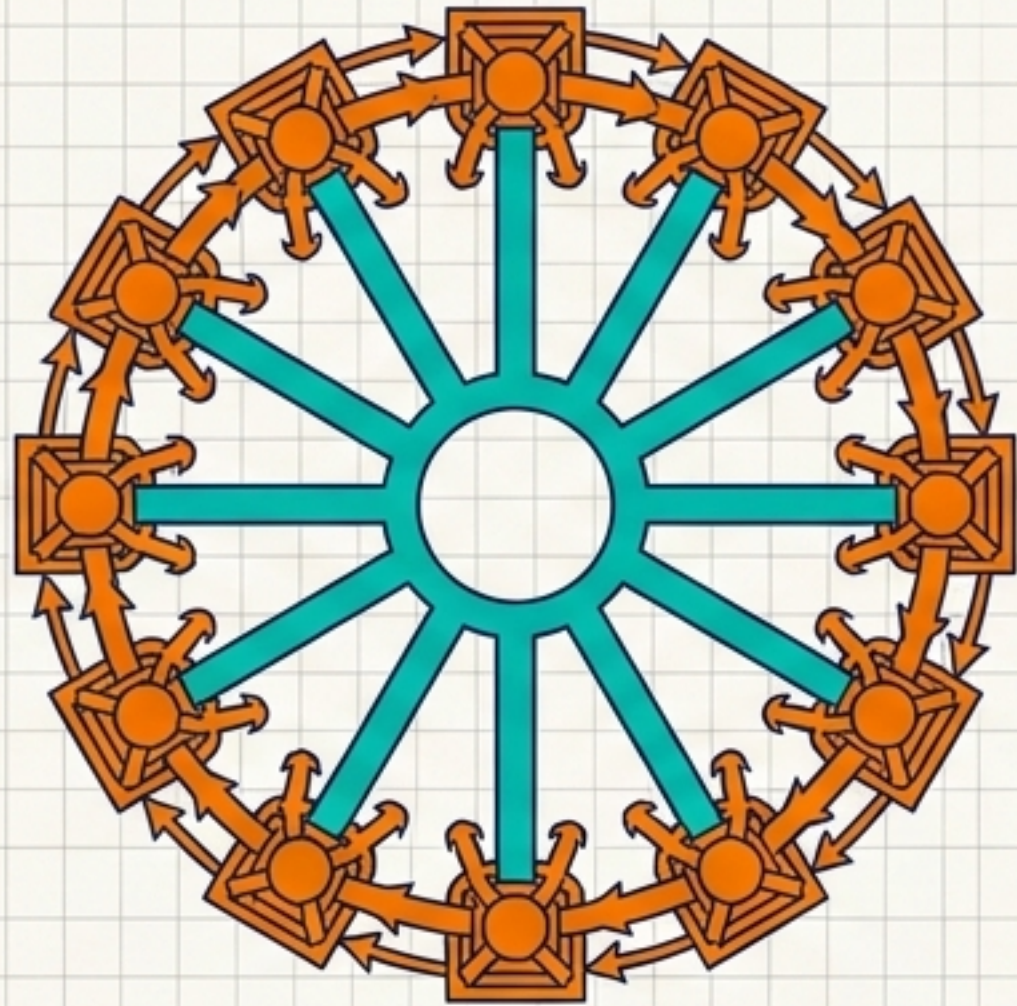
目的：技術の社会実装と、大学特有の制約（公益性、利益相反管理）の両立。

境界設計：例外的な独占を排除し、条件付き非独占を基本とする細かな層別化。

要因：最大収益化ではなく、「広い普及と公正競争」が目的関数となる制度的圧力。

特殊解の設計 (2/3) : ネットワーク外部性とサブスクリプション

Tesla - 米国企業

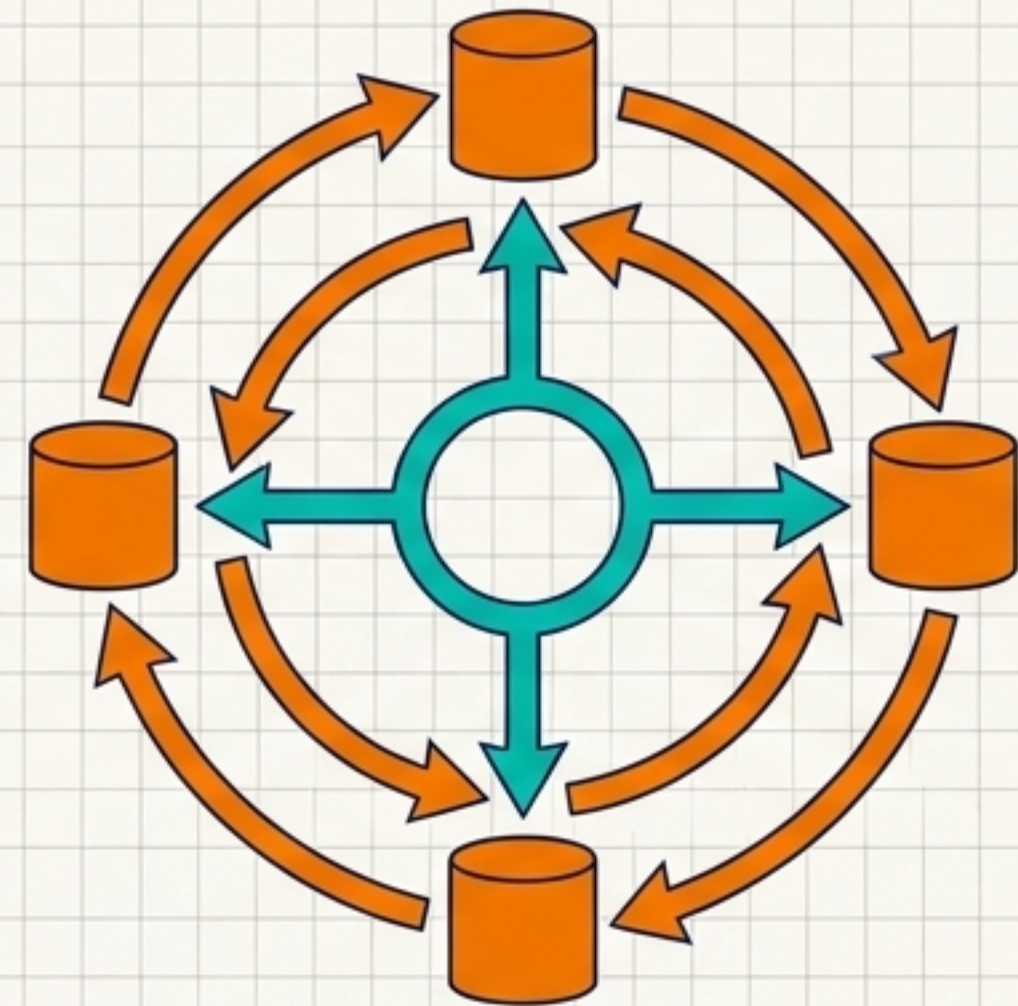


目的: EV市場全体の拡大と共通プラットフォーム (NACS) の形成。

境界設計: 「good faith」条件付きの特許訴訟抑制 (standstill) と充電網の開放。

価値回収点: 特許料を放棄し、ブランド、車両、ソフトウェア、充電ネットワークでの回収へ移行。

Gogoro - 台湾スタートアップ



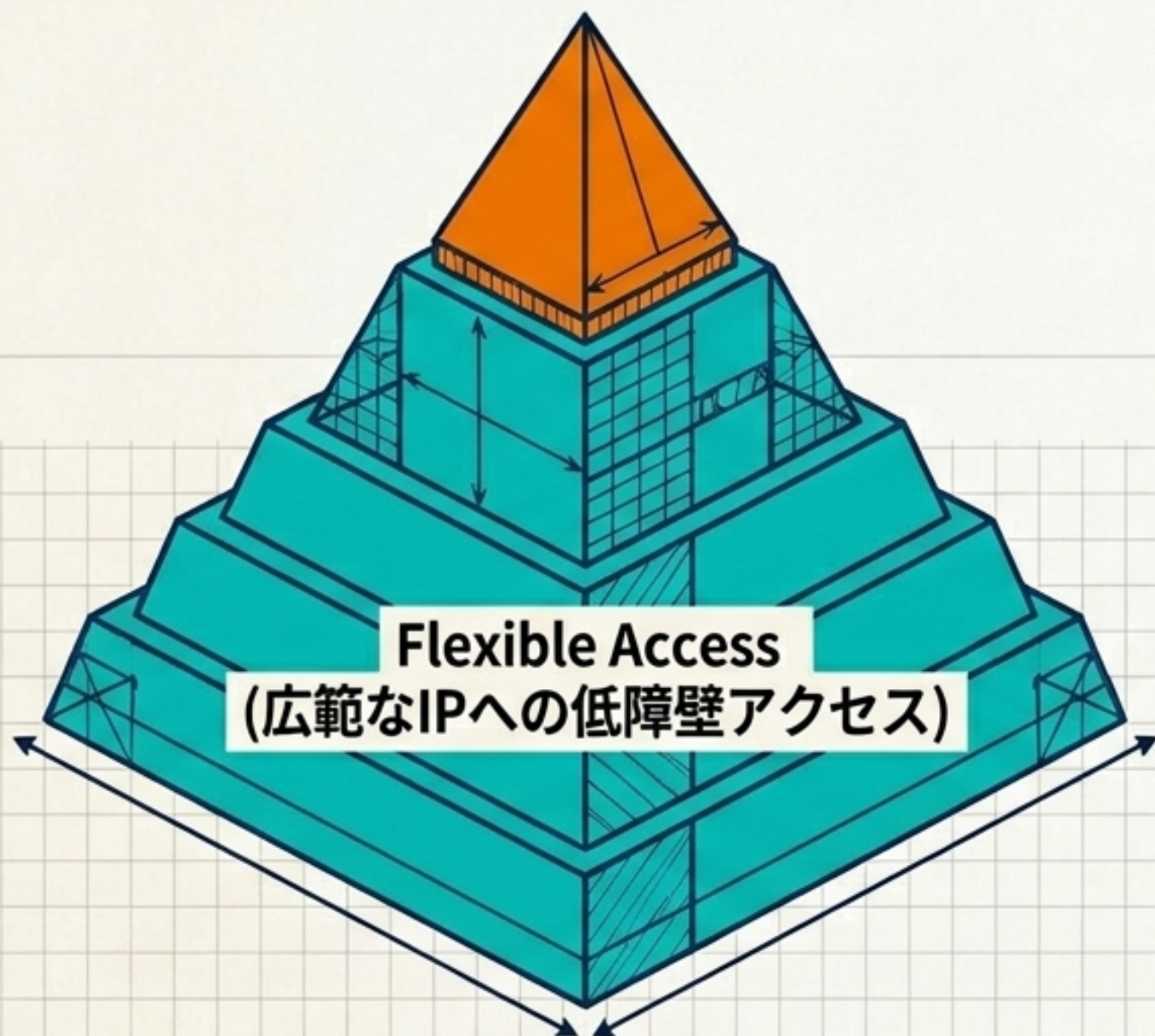
目的: 電池交換ネットワークの利用者拡大とデータ蓄積。

境界設計: バイク制御ユニット関連の知財をロイヤリティ・フリーでライセンスし、OEM参加を促進。

価値回収点: 知財使用料ではなく、GoStationネットワークの継続利用 (サブスクリプション) とデータ価値。

特殊解の設計 (3/3) : アーキテクチャ・ライセンス

アーキテクチャ中核
(チップ出荷数量連動型ロイヤルティ)

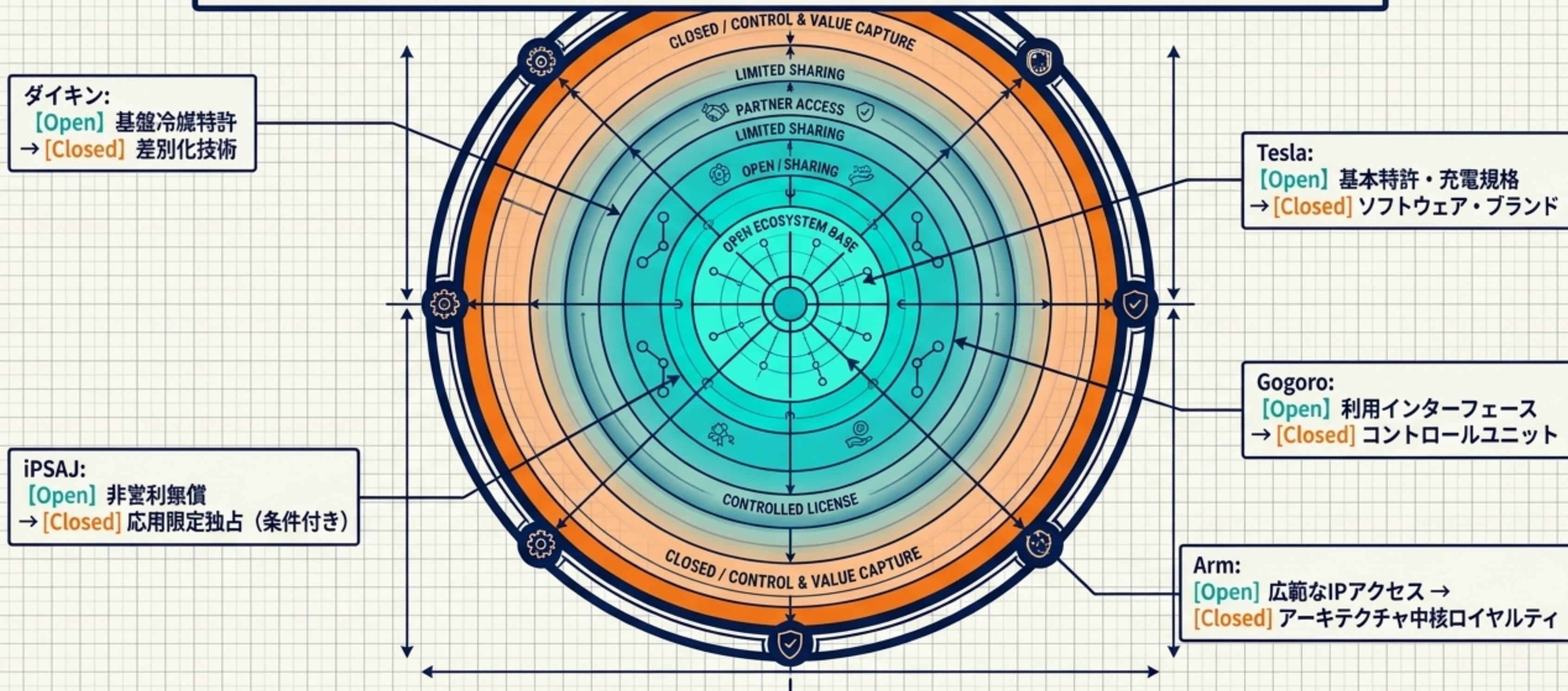


Arm (英国企業)

- 目的: ファブレス価値連鎖において、広範に採用される「共通基盤」となること。
- 境界設計: 広範なIPへの採用障壁を下げ、一方で、確実な数量連動型のロイヤルティモデルを確立。
- 要因: 垂直統合企業とは異なり、「自社囲い込み」ではなく「広く採用されること」自体が利益最大化（事業成立）の絶対条件。
- 成果: 1000超のパートナー、2200万人超の開発者からなる巨大エコシステムの構築。

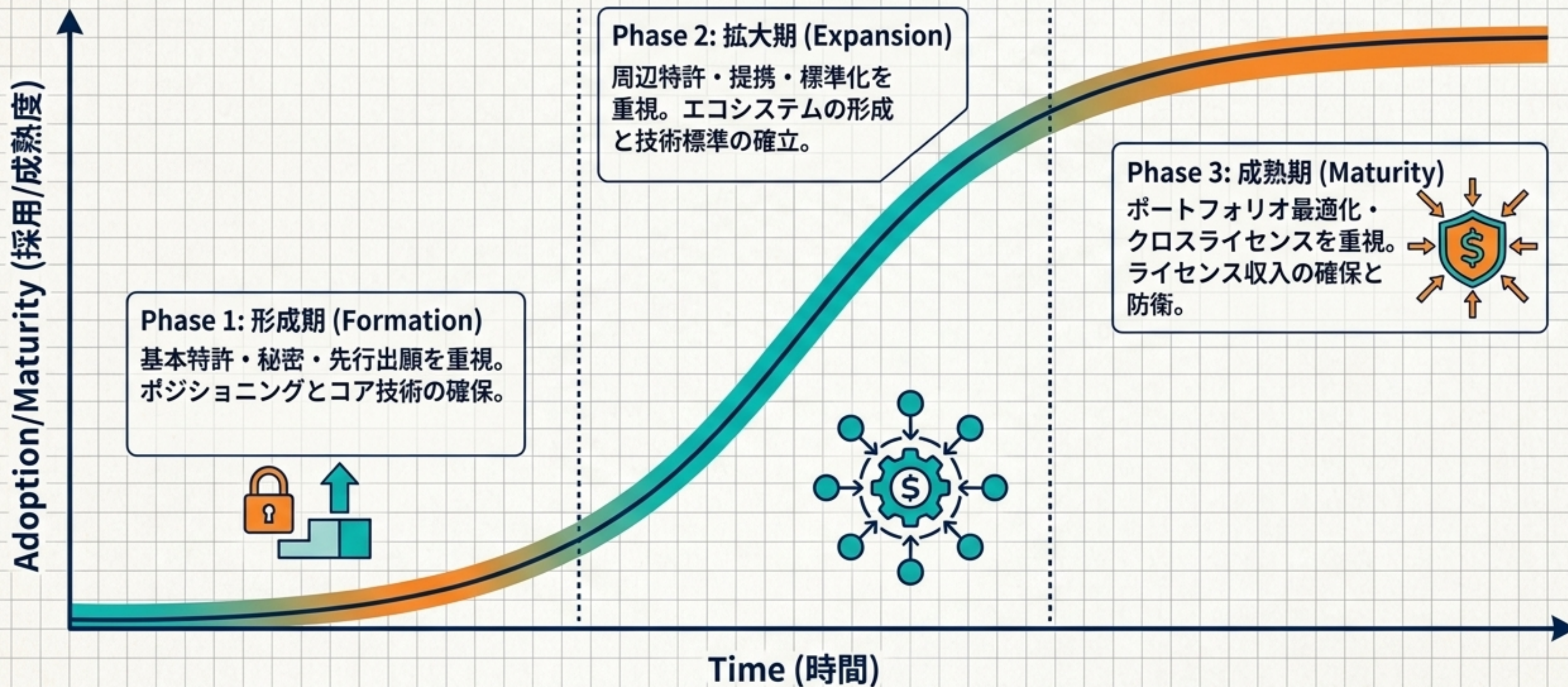
「オープン vs クローズ」の二元論からの脱却：知財戦略は境界設計である

戦略の要諦は「守るか開くか」ではない。
「何を、誰に、どの条件で、どこまで開き、どこで価値を回収するか」の線引きである。



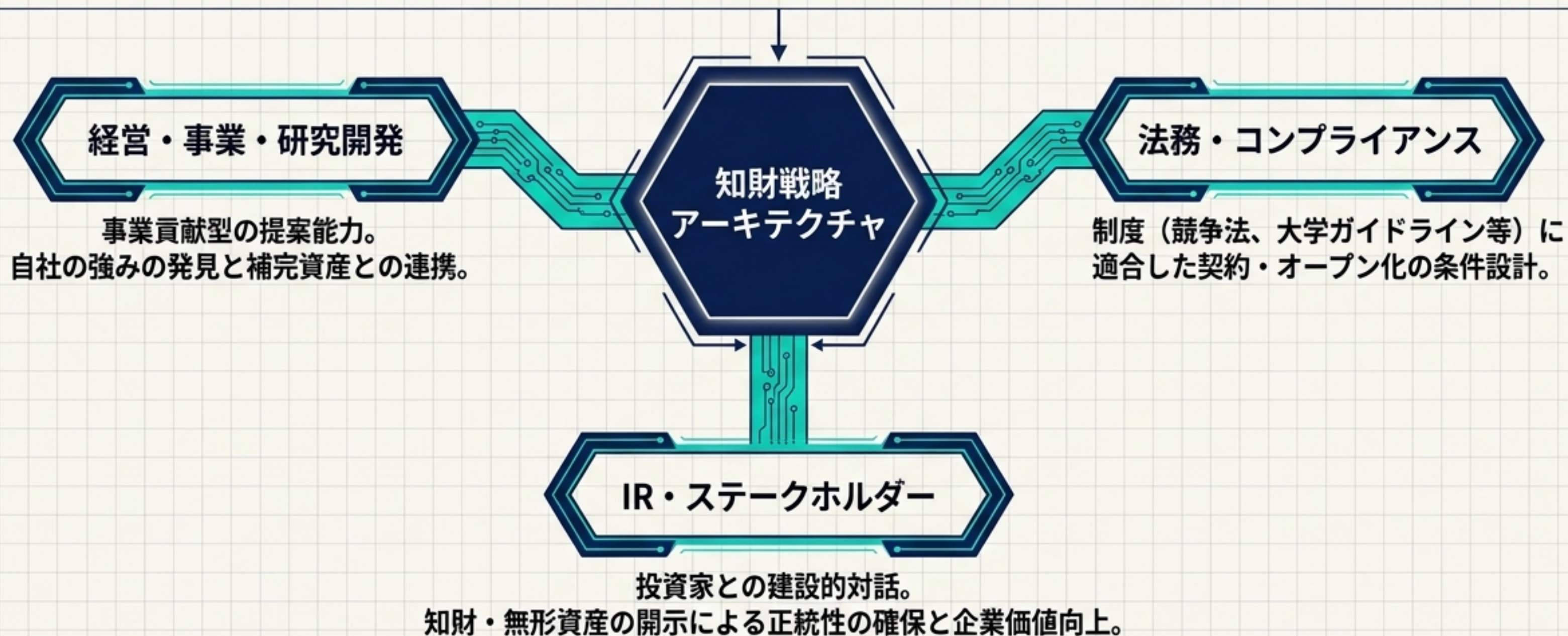
時間軸の力学：技術ライフサイクルによる最適解の変化

技術段階によって効果的な特許戦略パターンはダイナミックに変化する。

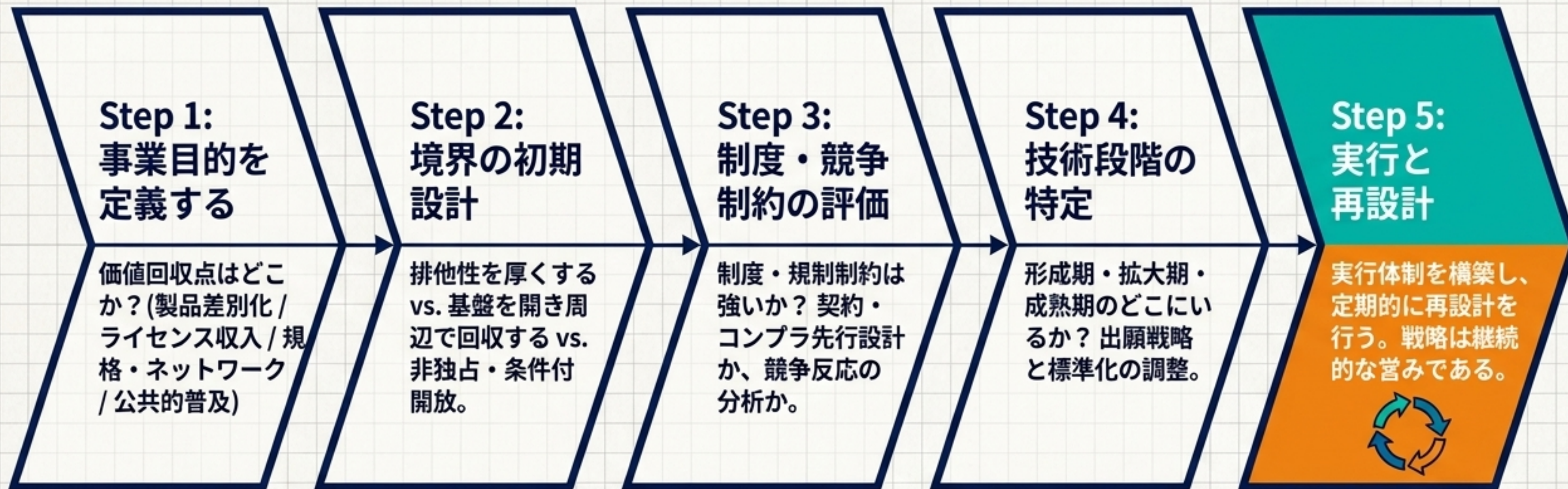


実装を支える「見えない基盤」：組織能力とステークホルダー対話

特殊解は、特殊な組織能力なしには実装できない。知財戦略は「知財部の仕事」ではなく、組織横断的な設計課題である。



意思決定フレームワーク：特殊解を設計するためのプロセス



The Architect's Checklist: 知財戦略・設計前のセルフチェック

戦略と境界

- 価値回収点:** 当社は特許料で稼ぐのか、製品差別化か、ネットワークか明確に定義されているか？
- コアの定義:** 「何でも出願・何でも秘匿」に陥らず、本当に閉じるべきコア技術を特定しているか？
- 基盤の扱い:** エコシステム形成のために、あえて開いた方がよい基盤技術は存在するか？

環境と実行能力

- 制度適合:** 規制、競争法、業界規律に照らして、その境界設計は許容・正当化されるか？
- 技術段階:** 現在の技術ライフサイクル（形成/拡大/成熟）に適した特許の厚みを求めているか？
- 組織連携:** 事業・研究・知財・法務・IR の意思決定がシームレスにつながっているか？

結論：知財アーキテクチャの設計能力こそが競争優位となる

「一般解はない」という命題は悲観ではない。
自社の価値回収点、制度、技術段階を読み解き、
自社の価値回収点、制度、技術段階を読み解き、
独自の境界線を引き続ける「特殊解の設計能力」こそが、
他社に模倣できない真の競争優位を生み出す。

万能の正解を探すのではなく、
自社だけの特殊解を設計せよ。

