



SUZUKI

スズキ新中期経営計画 「By Your Side」が 知財・無形資産戦略に与える影響分析

— Gemini Deep Research

2025年5月

報告書の概要・目的

■ 本報告書の位置づけ

- スズキ新中期経営計画「By Your Side」（2025～2030年度）の知財・無形資産戦略への影響を体系的に分析
- 従来の「小・少・軽・短・美」理念から、DX・サービス時代への変革点を明確化
- 3つの将来シナリオを予測し、実践的戦略提言を提供

🔍 分析の枠組み

- 対象範囲：全無形資産カテゴリー
 - 特許・商標・意匠・著作権・技術ノウハウ・ブランド価値・顧客関係
 - データ資産・サプライチェーン・組織能力・アライアンス関係
- 移行期間：2025～2030年度（新中計期間）
- 市場環境：急速な電動化・デジタル化・モビリティサービス転換期

報告書の構成



現行の知財・無形資産戦略の概観

スズキの企業理念と戦略の基盤

「小・少・軽・短・美」の理念

小	少	軽	短	美
小さなリソース	少ない材料	軽量化技術	開発期間短縮	美しい設計

顧客中心主義

市場ニーズを最優先した製品開発と市場開拓戦略

現行の主な取り組み

- ✓ 知的財産推進会議の設置
全社横断の知財統括体制の構築
- ✓ インド市場特許ポートフォリオ強化
現地特許出願の戦略的増加
- ✓ 特許の質向上施策
小型化・軽量化技術を中心とした質重視の特許出願

主要な無形資産カテゴリー

特許・知的財産権

- 小型・軽量化技術中心
- 生産効率技術
- エンジン最適化

技術ノウハウ

- 低コスト製造プロセス
- 小型車設計ノウハウ
- 軽量化エンジニアリング

ブランド・評判

- 信頼性・耐久性のイメージ
- 低燃費・経済性の評価
- 日本品質への信頼

データ・ソフトウェア

- 制御システム最適化
- 燃費改善アルゴリズム
- 開発中: コネクテッド機能

バリューチェーン・アライアンス

- トヨタとの資本・技術提携
- インドでのサプライチェーン
- 部品サプライヤーとの関係
- 製造ノウハウの共有体制

新中期経営計画「By Your Side」の概要

ビジョン：生活に密着したインフラモビリティ

顧客・社会との共成長を通じた、より身近で持続可能なモビリティの実現

2025-2030年度

主要戦略の柱

⚡ 技術戦略（電動化・マルチパスウェイ）

- EV/HV/バイオ燃料など多様化路線
- 小型・軽量技術を電動化に応用
- 2030年までに全ラインナップ電動化選択肢

🌐 インド戦略

- 最大市場としての地位確立・強化
- 現地電動化モデル投入拡大
- インド発グローバル展開モデル開発

🤝 トヨタとのアライアンス強化

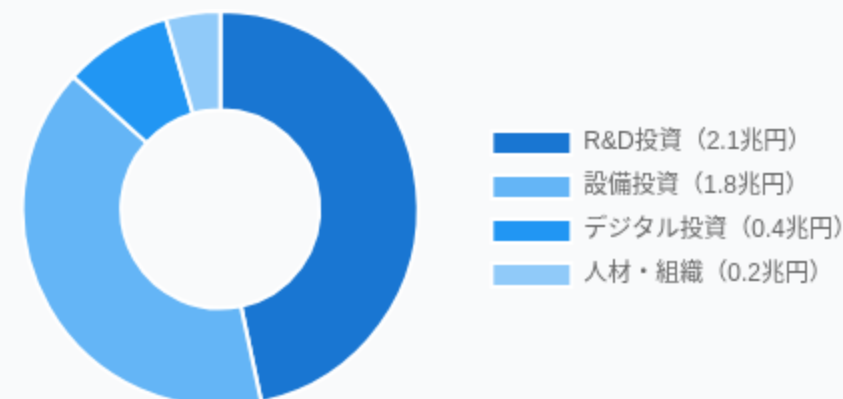
- 共同開発プロジェクトの拡大
- 電動化技術の相互補完体制
- インド・アジア新興市場での協業

🚀 新事業開発

- MaaSプラットフォーム展開
- バイオガス・再エネ事業
- スマートシティインフラ連携

📊 投資計画（2023-2030年）

総額 4.5兆円



🔧 DX・AI戦略

- 1 全従業員のAIリテラシー向上
- 2 開発・製造プロセスの全面デジタル化
- 3 データ駆動型意思決定の全社適用
- 4 ソフトウェア開発人材の大幅増強

知財・無形資産戦略の予測シナリオ

「By Your Side」計画下におけるスズキの知財・無形資産戦略は、以下3つの方向性が想定される。各シナリオの特徴と期待効果・リスクを比較する。

比較項目	シナリオ1 加速的進化	シナリオ2 戦略的変革	シナリオ3 アライアンス主導
シナリオ概要	既存の強みに基づく段階的な改善と拡充。技術・特許戦略の延長線上で進化	ハードからソフト重視への大胆な転換。データ駆動型のビジネスモデルへ変革	パートナーシップの戦略的活用。トヨタなど外部知財・資産の最大活用
中核推進力	技術イノベーション 小型・軽量化技術の電動化応用	ビジネスモデル革新 サービス・データ価値の創出	アライアンス強化 パートナー資産の戦略的活用
IP管理の主な変化	- 特許の質向上・選択集中 - ポートフォリオの地域最適化 - インド市場での権利拡大	- ソフトウェア・データ権利管理強化 - 著作権・営業秘密管理体制刷新 - オープン/クローズ戦略の明確化	- 共同知財管理体制の構築 - クロスライセンス戦略強化 - アライアンスごとのIP境界明確化
主な影響無形資産	特許製造ノウハウ技術資産	ソフトウェアデータ資産ブランド価値	提携関係共同特許サプライチェーン
期待される便益	- リソース効率の最大化 - 既存の強みを活かした展開 - 実績ある手法での安定成長	- 新収益源の創出 - ソフトウェア資産価値の最大化 - データ活用による競争優位性	- 投資リスクの分散 - 技術ギャップの効率的補完 - 新市場への迅速な展開
主なリスク	- 変革速度の不足 - 破壊的イノベーションへの対応遅れ - 新興競合の台頭	- 既存事業の混乱 - 組織能力・文化のミスマッチ - 高額投資の回収遅延	- 自社技術力・独自性の希薄化 - 依存関係の深化 - アライアンス解消時のリスク

無形資産カテゴリーごとの変化予測

「By Your Side」実行に伴い、スズキの無形資産ポートフォリオは以下のように変化すると予測される

✳ 知的財産権（特許・商標・意匠・著作権）

現状

- ・小型化・軽量化技術中心の特許ポートフォリオ
- ・インド市場重視の地域戦略
- ・防衛的権利取得が主目的

▶

将来予測

- ・電動化関連特許の急増（バッテリー軽量化等）
- ・ソフトウェア関連の著作権保護強化
- ・モビリティサービス関連の商標戦略拡充
- ・DX技術・データ活用に関する権利化の戦略的推進

💡 技術ノウハウ

現状

- ・低コスト製造プロセスのノウハウ蓄積
- ・小型・高効率エンジン設計技術
- ・各国市場向けカスタマイズノウハウ

▶

将来予測

- ・電動化技術の内製ノウハウ強化
- ・バッテリーマネジメント技術の独自開発
- ・ソフト開発・データ分析技術の急速拡充
- ・マルチパスウェイ（複数技術路線）対応の設計手法

★ ブランド・レピュテーション

現状

- ・「小さなクルマ、大きな未来」のブランドイメージ
- ・経済性・実用性重視の顧客認識
- ・インド市場での高いブランド力

▶

将来予測

- ・「生活インフラ」としてのブランド再定義
- ・B2BおよびB2B2Cブランド価値の構築
- ・サステナビリティ貢献企業としての認知拡大
- ・「By Your Side」理念浸透によるブランド一新

☰ ソフトウェアとデータ資産

現状

- ・制御系ソフトウェア中心の開発体制
- ・限定的なコネクテッド機能
- ・非体系的なデータ収集・活用

▶

将来予測

- ・全社データ戦略の導入と体系化
- ・MaaSプラットフォーム用ソフトウェア資産構築
- ・顧客行動・製品利用データの大規模収集・分析
- ・AIによる開発・製造プロセス最適化データ

現状

- ・トヨタとの部分的技術提携
- ・低コスト調達中心のサプライヤー関係
- ・国内・インド中心の製造ネットワーク

▶

将来予測

- ・トヨタとのアライアンス深化・全方位連携
- ・異業種パートナーとのエコシステム構築
- ・モビリティサービス事業者との戦略的提携
- ・オープンイノベーション推進と外部技術活用

現状

- ・少リソースでの効率開発文化
- ・ハードウェア設計中心のスキルセット
- ・現場主導の改善活動

▶

将来予測

- ・全従業員のAIリテラシー向上
- ・デジタル人材の大幅獲得・育成
- ・アジャイル開発・DX推進プロセスの定着
- ・サービス事業運営能力の獲得

6

戦略的提言(1) - 知財・無形資産戦略の強化策

「By Your Side」計画の成功に向け、知財・無形資産戦略を以下の視点で強化すべき

IPガバナンス高度化

1

- ✓ CIPPOポジションの新設と権限強化
- ✓ 全社的な知財創出インセンティブ制度構築
- ✓ 知財戦略とビジネス戦略の統合的意思決定プロセス
- ✓ 電動化・DX特化の知財ポートフォリオ委員会設置

無形資産KPI導入

2

- ✓ 無形資産分野の定量・定性指標の設定・モニタリング
- ✓ 電動化・DX関連の知財質評価指標の開発
- ✓ 無形資産の財務的価値評価手法導入
- ✓ 役員報酬と無形資産KPI達成の連動メカニズム

アライアンス知財戦略

3

- ✓ トヨタとの知財共同管理・活用の体系化
- ✓ 共同開発に伴う知財帰属・活用の明確化
- ✓ パートナーシップ類型別の知財戦略ガイドライン策定
- ✓ 新規事業分野での外部IP活用モデルの構築

人材獲得・育成

1

- ✓ ソフトウェア・AI開発人材の大規模採用
- ✓ 全社員へのAI基礎研修プログラムの実施
- ✓ 知財・法務人材のデジタル分野スキル強化
- ✓ デジタル時代の人材育成キャリアパス明確化

データ戦略

3

- ✓ 全社的なデータガバナンス体系の構築
- ✓ データ資産の分類体系と戦略的価値付け
- ✓ 製品データ・顧客データの活用基盤構築
- ✓ パートナーとのデータ共有・活用スキーム確立

ブランド戦略

4

- ✓ 「生活インフラモビリティ」のブランドポジション確立
- ✓ 新事業領域に合わせたブランド・アーキテクチャ再構築
- ✓ サステナビリティ要素を組み込んだブランド価値体系
- ✓ デジタル時代の顧客エンゲージメント戦略確立

戦略的提言(2) - 実施ロードマップ

IPガバナンス 無形資産KPI アライアンス 人材育成 データ戦略 ブランド戦略

戦略カテゴリー	短期（2025-2026年）	中期（2027-2028年）	長期（2029-2030年）
IPガバナンス	CIPO新設・知財推進体制刷新	全社知財戦略統合・オープン/クローズ戦略体系化	グローバル知財ガバナンスモデル確立
無形資産KPI	無形資産KPI設計・試験導入	全社展開・経営評価への統合	無形資産価値の財務報告への本格統合
アライアンス戦略	トヨタ連携知財ガイドライン構築	複数アライアンス間の知財資産最適配分	オープンイノベーション知財エコシステム確立
人材獲得・育成	デジタル/AI人材大規模採用・全社AI基礎研修実施	領域横断型人材育成・エキスパート制度確立	ハイブリッド型人材の内部育成体系完成
データ戦略	データガバナンス体系の整備	全社データプラットフォーム構築・活用基盤整備	データ資産の収益化モデル確立
ブランド戦略	ブランドポジション再定義	サービス・ソリューション統合型ブランド展開	インフラモビリティ企業へのブランド変革完了

i 実施上の重要ポイント

1.

初期段階でIPガバナンスと人材基盤の確立が全体成功の鍵
2.

主要マイルストーンの達成状況を四半期ごとに経営レベルでレビュー
3.

各施策間の相互依存性を考慮した実施順序の最適化
4.

外部環境変化に応じた柔軟な計画修正メカニズムの組み込み

結論：新中期経営計画と知財・無形資産戦略の融合

💡 大きなパラダイムシフト

「By Your Side」計画は、スズキにとって単なる事業計画ではなく、**知財・無形資産戦略の根本的変革**をもたらす転換点となる。「小・少・軽・短・美」の理念を基盤としつつも、ハードウェア偏重からソフトウェア・データ・サービス主導の価値創出モデルへの移行を意味している。

従来

ハードウェア中心



物理的製品価値
機能・品質・コスト

将来

ソフト・データ・サービス



拡張デジタル価値
体験・データ・ソリューション

🔑 知財・無形資産戦略転換の成功要因

🔄 コア理念活用

「小・少・軽・短・美」を電動化・デジタル時代に再解釈し応用することで、独自の競争優位性を維持

👥 組織文化・人材変革

デジタル思考とアジャイルな開発文化の全社的浸透、ソフトウェア・データ人材の大規模獲得

🤝 戦略的アライアンス活用

トヨタとの協業深化と新たなパートナーシップによる技術・知財資産の効果的レバレッジ

📊 データ戦略の高度化

顧客・製品・開発データの体系的収集・分析・活用モデルの確立と新たな価値創出

持続的競争優位への道

「By Your Side」を通じてスズキが目指すべきは、**技術・組織・文化の一体的変革**によって無形資産主導の持続的競争優位を確立すること。そのためには前述の提言を段階的に実施し、**生活インフラモビリティ企業**としての新たな姿を形作っていくべきである。