

なぜ今、知財が経営の「生存戦略」なのか？～資本市場を動かす価値創造ストーリー～

背景：デフレからインフレへの構造変化

デフレ時代



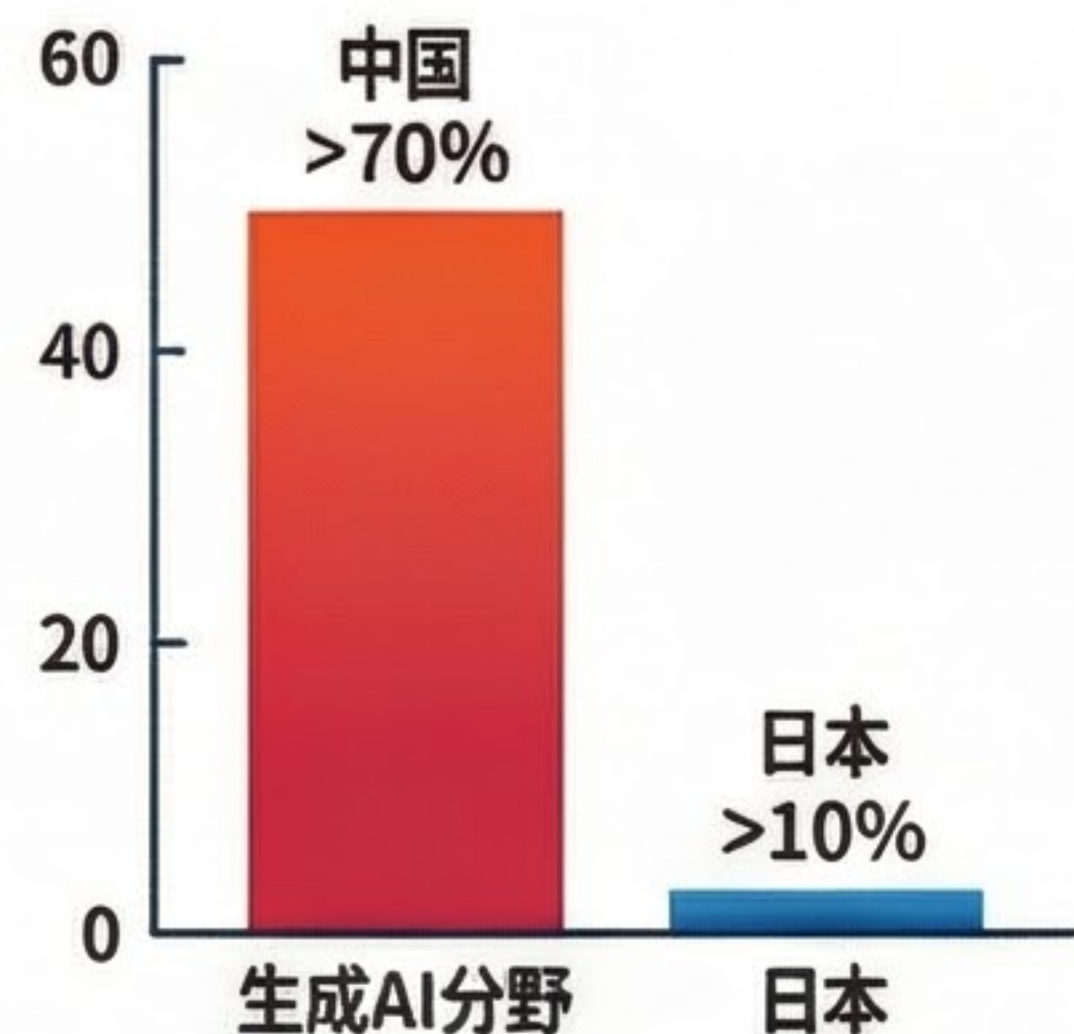
主眼はコスト削減。
競争は価格のみ。

インフレ時代



コスト増を桃ね返す
「価格経緯・差別化」が不可欠。
泥集は「規材」。

日本のグローバル特許シェアの危機



日本は「国際総調」として17の戦略分野（AI、半導体、量子等）に投資を集中させる必要がある。

投資家が注目する
「収益化のプロセス」



単なる特許数ではなく、知財投資が将来の収益（キャッシュフロー）を生む因果ストーリーを求めている。

投資家が評価する「非財務情報」の重要性



ESG投資における「E」から「G」へのシフト



経営の透明性や知財を管理するガバナンスの重要性が圧倒的に集まっている。

知財・無形資産の広い定義



価値創造の先事例

富士フイルム：四身一体の経営



事業ポートフォリオと運動した「知財がートフォリオ」を公開し、強みを可視化。

イトーキ：人的資本とデザインの融合



外郎出身の経営トップによるリーダーシップ。社員エンゲージメント向上とデザインによる差別化を総合報告書で明示し、企業価値を劇的に向上。

PBR1.0倍割れ改善への道筋



資本コストを異議した経営において、知財・無形資産への投資と研究開発が成長の「一丁目一番地」。

実践：知財ガバナンスとAIの活用

部門を超えた「社内対話」から始める



自社の「強み」を共通言語化することが、投資家との対話の第一歩。

生成AIによる業務変革



人間は「戦略立案」や「価値創造プロセス」の機軸に注力。

知財ガバナンスガイドラインの活用



内閣府ガイドラインを基に、経営陣が知財のオーナーとしてPDCAを回す体制を構築し、持続的な成長へ。