

知財戦略に「一般解」はない：文脈依存の「特殊解」を設計するためのガイド

戦略には万能なベストプラクティス（一般解）は存在せず、企業の目的や環境に応じた「特殊解」を設計し続ける必要がある

基本コンセプト：一般解 vs 特殊解



「一般解」は存在せず、「一般原理」のみが存在する
戦略に万能なベストプラクティスはないが、状況を分析し、特殊解を導き出すための理論的枠組み（一般原理）は存在する。



戦略は「実践知（フロンセシス）」である
唯一の正解がない問いに対し、実行と学習を通じて「何をなすべきか」を判断し、発注し続けるプロセスそのものが戦略である。

知財戦略を「特殊解」にする8つの構成要素



技術の形成期か成熟期かという時間軸や、特許法・規制・公的資金の条件といった外観的が、選択可能な戦略の幅を決定する。

短制部門だけでなく、事業・R&D・IRが連携できる組織能力や、社会課題解決といった設置ミッションが、独自の境界設計を可能にする。

収益をライセンス料で稼ぐのか、製品差別化か、あるいはデータやネットワークから得るのかによって、知財の扱い（独占か関数か）は根本から変わる。

実践：特殊解を設計する意思決定フロー



STEP 1: 価値回収ポイントの定義
まず「どこで稼ぐか」を決め、それに基づき「開扉度を高める」のか「蓋を閉じて扉で回収する」のかを優先する。

排他性強化 (Enhance Exclusivity) 基盤開放&周辺回収 (Open Base & Capture Peripherally)

STEP 2: 外部制約と技術段階の分析
法規制や製造の強さを確認し、採集が閉鎖制（基本特許重視）か成務期（ポートフォリオ最適化重視）かを判断する。

形成期/強い規制 成熟期/柔軟な制度

STEP 3: 実行体制の構築と再設計
事業・組織・法規・IRが連携するガバナンスを整え、環境変化に応じて定期的に戦略をアップデートし続ける。

事例比較：価値回収のアーキテクチャ

ダイキン工業
市場形成型（開放×差別化）

基本特許 無償開放
周辺サービス・差別化技術 (利益回収)

低GWP冷媒の登録特許を無償開放して市場全体を拡大させつつ、周辺のサービスや差別化技術で利益を回収する。

Tesla / Gogoro
ネットワーク型（規格化×サブスク）

知財 公開・不行使 車両販売・データ・サブスク (価値回収)

知財を「公開・不行使」にすることで、充電機や交換ネットワークの普及を促進し、車両販売やデータ、サブスクリプションで価値を回収する。

arm
エコシステム型（ライセンス×ロイヤリティ）

共通基盤 (CPUアーキテクチャ) ライセンス料 & 出荷数連動ロイヤリティ (利益最大化)

自社で製品を持たず、広く採用される共通基盤 (CPUアーキテクチャ) として、ライセンス料と出荷数連動のロイヤリティで利益を最大化する。

知財戦略設計自己診断チェックリスト

知財戦略設計自己診断チェックリスト	
同じ（設計のヒント）	
価値回収点	特許料で稼ぐのか、製品差別化か、ネットワーク外溢性か？
コアの定義	本業に固執すべきコア技術はどこか？（何でも秘匿は非効率）
制度適合	規制や競争法、展示規律に閉らして被害されるか？
組織能力	事業・知財・法務・IRの意思決定がつながっているか？