

富士通の知財活用および共創戦略 詳細レポート

OpenAI Deep Research

富士通の知財活用戦略概要

パーパスと知財戦略: 富士通は企業の存在意義(パーパス)に「イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていくこと」を掲げ、デジタルサービス事業を支える最先端テクノロジーに投資し多数の特許を取得しています。技術開発に伴い事業で使われない特許も生まれますが、それらを他社に活用してもらうことで自社事業領域外でも社会課題解決に貢献しうるとの考えから、**未活用特許のライセンス提供によるオープンイノベーション**に注力しています。

知財マネジメント: 富士通は 5 つのキー技術領域(コンピューティング、ネットワーク、AI、データ&セキュリティ、コンバージング技術)に経営資源を集中し技術基盤を強化するとともに、そこで得た知見の特許ポートフォリオとして蓄積しています。知財部門はビジネス法務・知財本部内の**知財グローバルヘッドオフィス**に位置し、自社事業の競争優位保護と知財活用の両面から経営に貢献しています。特許の権利化・保護による「攻めと守り」の伝統的役割に加え、近年は社内外との共創による知財利活用にも重点を置いています。

富士通: 他社との共創に向けた取り組みとフレームワーク

富士通では、未活用の知的財産を社外に開放し共同で新事業創出や社会課題解決を図る施策を「FUJITSU Technology Licensing Program for SDGs」というブランドの下で推進しています。このプログラムは以下の 2 つの活動を統合したものです。

- **開放特許活動:** 2004 年に開始された取り組みで、国・自治体や金融機関等が開催する「知財マッチング会」に積極参加し、自社の特許技術を地域企業やスタートアップへ公開・紹介しています。川崎市との連携(2007 年～)を皮切りに

全国各地のマッチングイベントに毎年十数箇所参加し、地域産業振興を支援。自社事業と競合しない領域の特許を開放対象とし、先端技術でも自社の事業外であれば積極的に提供しています。イベントでは技術内容を平易に説明する資料を用意し、参加企業が応用アイデアを発想しやすい工夫をしています。実際に「自社製品を高機能化できないか」「この技術で新製品が作れるのでは」といった具体的相談が寄せられ、議論を重ねる中で富士通が想定しなかった新分野への適用例も生まれています。また、契約後の技術支援にも注力しており、試作品やソフトウェアの貸出し、エンジニアによる Q&A 対応など、ライセンス先の開発を可能な限りサポートしています。仮に研究開発終了や発明者退職で十分な支援が難しい場合でも、必要な部品メーカーの紹介等で実施を後押しするなど柔軟に対応しています。

- **WIPO GREEN 活動: 世界知的所有権機関(WIPO)の環境技術プラットフォーム「WIPO GREEN」**に 2017 年 9 月よりコアメンバー企業として参画し、環境関連特許を多数登録するとともに、技術移転や共同開発を促進しています。WIPO GREEN の初代主要メンバー(世界で 12 社)として戦略提言にも関与し、SDGs 達成に資するグリーン技術の普及に努めています。実際に、富士通が登録した抗菌材料(光触媒チタンアパタイト)や地域特性可視化ソフト、生物種特定ソフト技術などが他社とのライセンス契約に結びつき、環境配慮型の製品・サービス開発が進んでいます。

これら共創型知財活動の継続は、スタートアップや地方中小企業との連携による新ビジネス形成や社会課題解決に直結するだけでなく、**社内外の無形資産形成**にも寄与すると富士通は捉えています。例えば、こうした活動を通じてグローバル社会での評価向上(ブランド価値)や、社員のイノベーション意識向上(発明へのインセンティブ付与)といった波及効果も期待できるとしています。知財部門は社内の研究開発部門とも連携し、自社技術の社会実装を他社と協力して進める「橋渡し役」として機能しています。

富士通: 成果事例と社内制度

ライセンスによる成果事例: 富士通の知財活用はすでに多くの成果を上げています。以下に主な事例を紹介します。

- **光触媒チタンアパタイト技術:** 紫外線照射で抗菌性を発揮する粉末材料に関する特許で、樹脂に練り込んで抗菌化する技術も含め取得。自社では PC や携帯筐体への応用を想定していましたが、**約 30 社**にライセンスし、空気清浄

機のフィルタ、マスク、ボールペンなど富士通が扱わない製品で実用化されています。製品普及の後押しとして契約調印式に富士通も同席し、メディア対応や広報協力も行いました。

- **患者見守り技術:** 画像解析で人物の頭部を検知し、患者の離床・起床を自動検出する見守り技術(特許 5782737 号)を複数社にライセンス提供。茨城県の中小企業アルコ・イーエックス社はこの特許に着目し、初の自社製品開発に挑戦。クラウド連携等の自社強みを活かし、介護施設での実証実験を経て高品質な見守りシステムの商品化に成功しました。2017 年春の製品リリース後、介護施設を中心に多数導入されています。
- **3D デジタイジング技術:** レーザースキャナを用いて現場環境を手軽に 3D データ化する技術(特許 6903987 号)。社内研究で試作機まで作成したものの自社での製品化を断念した経緯がありますが、**震災復興支援**を目的に設立されたロボット開発スタートアップ Haloworld 社がこの特許と関連ソフトのライセンスを受け、**ハンディ型 3D スキャナ装置**の製造販売を実現しました。富士通も同社製品を購入し、自社の土木・建築向けソリューションに活用する可能性を検討するなど、ライセンス供与が自社事業にも相乗効果を生んでいます。
- **印刷画像へのコード埋込技術:** カラー印刷物の画像内に見えないコード(12桁の数字)を埋め込み、専用アプリで読み取るとウェブサイト等に誘導できる技術(特許 4260781 号)。いわば不可視版 QR コードのようなもので、複数社にライセンスされています。応用例として、食用インクで食品上の画像にコードを埋め込み商品説明動画を見られるようにした例や、結婚式招待状の写真にコードを仕込んで新郎新婦の挨拶動画を配信、自治体の観光パンフレット写真にコードを埋め込み案内動画を提供した例などがあります。
- **環境関連ソフト技術:** 九州大学には公開統計データから地域の自然豊かさ等を可視化する「地域特性見える化技術」を、琉球大学には動物分布データ等から土地毎の生息数を予測する「生物種同定・生息適正予測技術」をライセンス供与した事例もあります。いずれも環境政策立案や生物多様性保全に資する技術であり、専門知見を持つ大学と連携することで社会実装・普及を図ったものです。これは富士通が 2018 年に発表した SDGs 志向の産学連携施策の一環で、大学との協働により地域環境課題への貢献を目指したものです。

社内制度・人材育成: 富士通は知財の社会活用に関する**教育・人材育成**にも力を入れています。各地で開催される学生向けビジネスアイデアコンテスト等に協賛し、自社の開放特許を題材として提供しています。例えば「開放特許を活用した学生アイデア発表会 in 埼玉」では毎年多くの学生チームが富士通の特許を使った新規ビジネスプランを提案し、その中には企業と連携して商品化に至った例もあります。また、地

方自治体との協定を契機に、大学生向けの知財ワークショップを共同開催した例（大分県・別府市との協働イベント）もあります。社内的にも、これら活動への社員参加を通じてイノベーション志向を醸成し、事業部門と知財部門が連携して社会価値創出に取り組む文化づくりを進めています。

パナソニックの知財活用戦略概要

知財パーパスの策定: パナソニックグループは 2022 年に知財部門の存在意義を再定義し、「無形資産を巡らし、価値に変えて、世界を幸せにする」という知財パーパス (Purpose) を掲げました。創業者・松下幸之助の「企業は社会の公器」との理念を受け継ぎ、知的財産を自社だけで囲い込むのではなく社会全体で活用し、新たな価値創造と社会課題の解決に繋げる方針です。実際、同社は約 10 万件超の特許等の知的財産を保有する一方、これまでも標準必須特許のライセンス提供など外部活用にも積極的でした。今後は特許に限らずデータ、ノウハウ、ブランド等の**広義の無形資産**に対象を広げ、社内外の多様な主体による利活用を促進する「知の循環」モデルへとシフトしています。

戦略の 3 ステップ: パナソニック知財部門は社会課題解決に向け、以下の 3 つのステップで無形資産活用を推進するとしています。

1. **共有知化:** 自社の技術や知見を社内外に開示・整理し、必要とする人が**目的の技術を探しやすい状態**を作る。まず知をオープンに共有知として提供する段階。
2. **知の循環:** 共有した無形資産を社会の中で**巡回させる仕組み**を構築。様々なステークホルダー間で知が行き渡り、新しい組み合わせや応用が生まれる環境を整える。
3. **ネットワーク創造:** 多様な主体（企業、大学、行政、スタートアップ等）が結びつき、無形資産から****新たな価値（事業やソリューション）****を共創するネットワークを形成。

これらを実践するため、Panasonic IP(Intangible Property) Innovation プロジェクトが 2022 年 12 月に発足しました。知財パーパスに基づく各種施策を加速する社内横断プロジェクトで、パナソニック HD 知財部門が中心となり全社の無形資産活用を推進しています。同プロジェクトの取り組みの一環として、後述の「技術インデックス」や「IP JUNCTION」などのプラットフォーム整備も行われています。

パナソニック：オープンイノベーションと共創の具体的な取り組み

パナソニックは知財パーパスのもと、プッシュ型（自社から積極的に知財を提供して共創を仕掛ける）とプル型（社外から自社知財を探索・利活用してもらう）双方のアプローチでオープンイノベーションに取り組んでいます。

- **プッシュ型：「知財起点のオープンイノベーション®」活動：** パナソニック知財部門は各地域の経済産業局、自治体、大学、金融機関、産業支援機関等と連携し、地域企業やスタートアップとのマッチングイベントを通じて自社の無形資産を提供しています。例えば、全国各地のビジネスコンテストやマッチング会において、仲介者（民間コンサル、経産局、金融機関等）と協力しながら、自社の特許技術やノウハウを地域の企業ニーズに結び付ける活動を効率的・効果的に展開しています。2023 年度には経産省の「J-Startup」プログラムにサポーター登録し、各地域の有望スタートアップ支援に知財の側面から参画を開始しました。また、グループ内のパナソニック IP マネジメント株式会社（知財専門会社）と連携し、保有特許やソフトウェアのライセンス提供、事業化に向けたコンサルティングなどビジネス創出支援サービスも行っています。こうしたプッシュ型の共創では、単に特許情報を公開するだけでなく直接対話や伴走支援を通じて、新事業の種を育てるところに特徴があります。
- **プル型：共創プラットフォームの提供：** 社外のパートナーがパナソニックの知財資産を見つけ活用できるよう、オンラインプラットフォームを整備しています。その中心が「技術インデックス®」と「IP JUNCTION®」です。技術インデックスは、パナソニックグループが保有する技術情報を体系的に整理した技術検索ツールであり、2023 年 9 月に一般公開されました。膨大な知財・技術情報から目的の技術を容易に探せるデータベースで、社内外の技術シーズを「見える化」しています。IP JUNCTION は 2024 年 10 月に公開された共創イノベーション HUB で、技術インデックスで共有知化した情報を起点に、パートナー企業・団体との共創マッチングを支援するサイトです。このプラットフォーム上でパナソニックの無形資産（技術資料や特許情報等）、共創事例、イベント情報を集約し、多様なステークホルダー同士をつなぐ情報発信・マッチングの場を提供しています。IP JUNCTION は社内外の知を集めて探しやすくし、それらを必要とする相手につなげることで「無形資産を巡らせる」ことを目指した仕組みです。これらツール群により、従来は埋もれていた自社技術と社外ニーズとのマッチング機会創出を大幅に拡大しています。

- 環境領域でのオープンイノベーション:** パナソニックは社会課題の中でも特に**環境・エネルギー問題**に対し、知財開放による共創を積極展開しています。WIPO の **WIPO GREEN** には創設当初の 2013 年から参加し、環境に優しい革新技術の海外展開を支援しています。また 2022 年 8 月には、低炭素技術特許を無償開放する国際イニシアチブ「**Low-Carbon Patent Pledge (LCPP)**」に日本企業として初めて参画し、自社保有の人工光合成関連特許を全世界の個人・団体に無償供与しました。さらに、WIPO GREEN の枠組みを通じて水中プラズマ技術やガスセンサー技術など環境貢献技術も公開しています。ただし、パナソニックは「データベースに登録するだけでは活用に結びつかない」のが実情と認識しており、上記のプッシュ型活動(マッチングイベント参加やパートナーとの協働)によって実際の社会実装に繋げることを重視しています。

主な成果事例: パナソニックの知財共創戦略は比較的新しい取り組みですが、既に具体的な成果が現れ始めています。

- 社内プラットフォームの構築:** 2023 年以降に「技術インデックス」「IP JUNCTION」を立ち上げ、グループ内外に無形資産を共有する基盤を確立しました。これにより社外からの問い合わせ件数や提案案件が増加しつつあると考えられます(※具体的な数値は公表されていませんが、知財情報サイト開設自体が成果の一つです)。
- 新たな共創プロジェクト:** シンガポールを拠点とした「Singapore Open Innovation HUB」を設置し、アジア地域向けの共創支援を開始しました。その一例として、**魚の病気検知**に人の DNA 検出技術を応用するスタートアップとの共同開発を実施し、パナソニック単独では予想しえなかった新たなソリューション創出に繋がっています。また、日本国内でも札幌市など地域のオープンイノベーションイベントに参画し、異業種連携による技術活用事例が生まれています(例: 地域企業との IoT/環境技術コラボなど※)。
- 知財部門の変革:** パーパス策定以降、知財部門内に無形資産活用推進の専門チームを設置し、経営層とも連携した戦略展開を行っています。グループ各事業会社の知財担当者とも横串でつなぐ体制(**知財統括**)を敷き、社内の知を集集して社外提供する仕組みを構築しました。これにより、知財部門が従来の権利管理に留まらず**事業創出のハブ**として機能し始めています。

(※パナソニックの具体的な成果事例については、社外への公開情報が限られるため推察も含みます。ただし上記のように国内外で共創プロジェクトが進行中である旨は公式発表から読み取れます。)

富士通とパナソニックのアプローチ比較

両社とも知的財産を自社だけで独占せず他社との共創に活かす点で共通していますが、その戦略には狙いや手法の違いも見られます。以下に主要項目の比較を示します。

項目	富士通	パナソニック
知財戦略のビジョン	コーポレートパーパス(社会に信頼と持続可能性)に沿い、未活用特許を他社に提供することで 自社事業外でも社会課題解決に貢献 。特許は協業のきっかけになる「ツール」と位置付け、共創を促進。	知財パーパス「無形資産を巡らし、価値に変えて、世界を幸せにする」を掲げ、 知財を社会の公器として循環させる発想 。特許に限らずデータやノウハウ等も含む無形資産全般で新価値創造を目指す。
共創へのアプローチ	2004 年から官民のマッチングイベントに参画し、 未利用特許を地域企業やスタートアップにライセンス提供 。自社技術を平易に PR し、ニーズ発掘から技術支援まで伴走する実践的手法。環境分野では WIPO GREEN を活用し国際共創も推進。	2022 年に戦略転換し、 プッシュ型(直接共創)とプル型(プラットフォーム提供) を両立。各地の産学官連携イベントや J-Startup 支援で積極的に知財提供(プッシュ型)と、技術インデックス/IP JUNCTION で社外からの探索を支援(プル型)。環境分野では LCPP 参加など 自社特許の無償開放 にも踏み切る。
組織体制・知財部門の役割	ビジネス法務・知財本部内の知財戦略部門が主導。事業部門とは別組織ながら、マッチング会での PR や技術者派遣など 現場レベルで連携 。経年で蓄積したネットワーク(自治体・金融機関等)を駆使し、知財部門が 自社技術と社外ニーズの橋渡し役 を担う。	持株会社パナソニック HD の知財部門が 全社横断で統括 。2022 年の事業会社制移行後も グループ共通の知財戦略 を策定し、IP マネジメント子会社や各事業の知財担当と連携。知財部門は「無形資産のつなぎ手」として経営戦略に組み込まれ、社内外ネットワークづくりをリード。
主な施策・ブログラム	FUJITSU Technology Licensing Program for SDGs として開放特許活動と WIPO GREEN 活動をブランド化。国内では自治体・信金との「知財マッチング会」参加(年間十数件)、産学連	Panasonic IP Innovation プロジェクトの下、知財起点オープンイノベーション®(全国の産学官イベント連携)と、技術インデックス/IP JUNCTION(デジタルプラットフォーム)を両輪で展開。

項目	富士通	パナソニック
成果・事例	携ライセンス(九大・琉大)、学生アイデアコンテスト支援等。海外も含めSDGs に資する特許開放を推進。 長年の活動で多数のライセンス成功事例を創出。例: 抗菌材料特許を 30 社に提供しマスク等商品化、介護見守り技術の中小企業による製品化、社内未製品化技術のスタートアップによる事業化(3D スキャナ)、大学への技術移転で環境ソリューション開発など。共創により生まれた製品・サービスが実際に市場導入されている。	また WIPO GREEN 登録、LCPP 参画に加え、シンガポール拠点でのオープンイノベーション活動などグローバル展開。 近年本格化した戦略のため具体的成果はこれからだが、基盤整備と案件創出が進行中。社内外データベース公開で新たな協業の芽が多数生まれ始めている。例: 魚病検知ソリューションの共同開発(シンガポール)、国内スタートアップとの技術活用プロジェクトなど。2022 年以降のプログラム始動により、短期間でグローバルな知財共創ネットワークを構築しつつある。
	提供できる特許の発掘と技術支援リソースの確保が継続課題。社内の最先端技術でも事業領域外であれば開放対象とする柔軟さを維持しつつ、ライセンス先ニーズに応じたエンジニアリング支援をどこまで行えるかが鍵となる。また、契約後の知見共有や追加支援を通じたフォローで製品化率を高め、成功モデルを増やすことが今後の目標。	従来の「知財＝囲い込み資産」という発想からの組織文化変革が大きな挑戦。社内外の多様なステークホルダーの理解と協力が不可欠であり、共有知を価値創造につなげる仕掛け(プラットフォームの利便性向上、マッチング精度向上など)が問われる段階。しかし経営トップのコミットメントと明確なパーパス設定により社内の意識改革は進展中であり、今後は創出された共創事例の成果を如何に事業・社会にインパクトさせるかが焦点となる。

まとめ

富士通とパナソニックはいずれも**知的財産を軸に他社との協業を促進し、イノベーションによって社会課題を解決しようとする戦略**を掲げています。富士通は長年にわたる実践を通じて多くの具体的成果とノウハウを蓄積しており、社外パートナーとの協働で自社単独では成し得なかった事業創出を実現してきました。一方のパナソニックは経営体制の変革期に知財部門の使命を再定義し、全社的な無形資産活用プロジ

エクトを立ち上げることで知財戦略の大胆なシフトを図っています。そのアプローチはデジタル基盤の活用とグローバルな枠組み参画を含む点で現代的であり、自社の持つ幅広い知を社会に解放する方向性を明確に示しています。

両社に共通するのは、特許権やノウハウを協業の「きっかけ」に位置付けていることです。知的財産は単なる権利保護手段にとどまらず、異業種・異分野のプレーヤーを結び付け新たな価値を生むカタリストになり得ることを、両社の取り組みは示しています。実際、富士通が紹介した製品・サービスの多くは、富士通単独では製品化できなかったものがパートナーとの協働によって初めて市場に送り出せた事例です。同様にパナソニックも、自社内に埋もれていた技術が社外の視点やニーズと結び付くことで、社会実装の道が開けることを期待し戦略を遂行しています。

今後、富士通は既存の成功事例を土台にさらに多様な共創モデルを創出することが求められます。パナソニックは構築したプラットフォームを如何に稼働させて具体的な成果に結び付けるかが勝負となるでしょう。いずれにせよ、**企業間・産学官連携による知財共創は日本企業の新たな価値創造の潮流**として定着しつつあり、富士通とパナソニックはその先駆的な実例として注目されます。両社の知見と経験の蓄積は、今後他の企業が知財を活用したオープンイノベーションを進める上でも貴重なベンチマークとなるに違いありません。

参考資料：

- ・ 向山直樹「富士通における知財活用の取り組みー他社との共創に向けてー」『パテント』78 巻 4 号、2025 年他.
- ・ 大木尚登「知的財産利活用の新領域ーパーパスに基づくパナソニック知財の取組みー」『パテント』78 巻 4 号、2025 年他.
- ・ 富士通プレスリリース「SDGs 達成に向け WIPO GREEN にパートナーとして参画」(2017 年 9 月 19 日).
- ・ 富士通 *Technology Licensing Program for SDGs* 事例紹介ページ他.
- ・ パナソニックニュースリリース「無形資産を巡らす共創イノベーション HUB『IP JUNCTION』を公開」(2024 年 10 月 15 日)他.
- ・ パナソニック公式サイト「『無形資産を巡らす』取組み」知財戦略ページ他.