

明電舎の知財・無形資産戦略の変化予測（中期経営計画2027に基づく分析）

はじめに

株式会社明電舎（以下、明電舎）は2025年5月13日に「中期経営計画2027」（2025年度～2027年度）を公表し、今後3年間の成長戦略と経営基盤強化策を示しました。この計画では、**長年培ってきた「人財」「技術」「顧客基盤」こそが当社グループにとって重要な資産**であると位置づけられています¹。これらの無形資産にデジタル技術を掛け合わせることで、既存事業の高度化と新たな価値創出を両立させる方針が示されており、知的財産（IP）戦略やその他の無形資産戦略にも影響を与えると考えられます。本報告書では、まず過去5年間ににおける明電舎の知財・無形資産戦略を整理し、次に重電・インフラ・エネルギーシステム業界の競合他社（例：東芝、日立製作所、三菱電機）の戦略と比較することで明電舎のポジショニングや独自性を明らかにします。最後に、中期経営計画2027の内容を踏まえ、今後明電舎の知財・無形資産戦略がどのように変化し得るかについて、複数のシナリオを提示します。

明電舎の過去5年間ににおける知財・無形資産戦略

過去5年間、明電舎は事業戦略と連動した知財・無形資産活用を進めてきました。特に「**既存事業の競争力強化**」と「**新製品・新規事業の育成**」を両立する戦略的な知的財産活動を推進しています²。具体的な特徴を以下にまとめます。

- ・**戦略的知財ポートフォリオの構築：** 明電舎は市場優位性のあるコア技術に着目し、事業価値向上に資する特許の権利化を推進してきました³。重点分野の発明について積極的に特許出願し、強固な知財ポートフォリオを構築することで、自社製品の競争力を保護・強化しています。2024年3月時点で**国内外合わせて2,503件の特許・実用新案・意匠を保有しており**⁴、着実に知的資産を蓄積してきたことが窺えます。
- ・**サステナビリティと知財の連携：** 環境・エネルギー分野で培った技術を知財面からも活用すべく、**国連WIPOが運営する「WIPO GREEN」プラットフォームに参加し**、自社の環境技術や関連特許を登録しています⁵。これは自社の環境技術をオープンに発信し国内外の企業・機関との共創を促進する取り組みであり、**知財を通じたサステナビリティ経営への貢献を目指す戦略の一環です**⁵。実際、2022年3月より明電舎はWIPO GREENのパートナー企業となり、蓄電池試験装置やSF₆ガスを用いない開閉装置（Eco C-GIS）など複数の環境関連技術を登録しています⁶⁷。
- ・**知財活動体制の強化：** 明電舎は社内の研究開発部門ごとに「**パテントマネージャー**」を配置し、知的財産部との連携体制を構築しています⁸。各技術部門が自部門のR&D計画に基づく知財活動計画を策定し、発明の創出から出願・権利化まで計画的に推進しています⁸。また**発明報奨制度や知財研修制度を整備して**社員の知財マインド向上にも努めており、組織能力・人材面での無形資産強化を図っています⁹¹⁰。これらの体制整備により、事業現場と知財部門が一体となって戦略的な知財活動を進めてきました。
- ・**海外展開を支える知財：** 海外市場への事業拡大に合わせ、外国での特許・意匠権の保有比率を高めてきた点も過去数年間の特徴です¹¹。自社の自由度を海外でも確保するため、重要製品・技術については海外特許出願を増加させ、現地での知財網の整備に努めています¹¹。例えば、北米やアジアにおける主力製品（変圧器、真空遮断器など）の特許を取得し、模倣品や競合参入への抑止力としている

ます。2025年1月には特許庁長官との意見交換の場で、明電舎経営陣が「獲得すべき技術に着目した権利化推進」や「WIPO GREEN活用」といった経営と一体化した知財戦略を進めていることが紹介されました¹²。これらはまさに両利きの経営（既存事業と新規事業の両立）を支える知財戦略であり、ここ5年間の明電舎の特徴的な取り組みです。

以上のように、明電舎は自社の無形資産である技術力・顧客基盤・組織知を土台に、知財活動を事業成長とサステナビリティに貢献させる戦略を展開してきました。次節では、こうした明電舎の戦略を競合他社と比較し、その独自性と課題を分析します。

競合他社の知財・無形資産戦略との比較

重電・インフラ・エネルギーシステム業界の主要企業である東芝、日立製作所、三菱電機などは、明電舎より事業規模が大きく、それぞれ独自の知財・無形資産戦略を展開しています。以下の表に、各社の知財・無形資産戦略の概要を比較しました。

企業名	特許出願・保有規模の目安	知的財産戦略の特徴	無形資産戦略・経営資源の特徴
明電舎 (重電・インフラ中堅)	年間出願件数：数百件規模（推定） 保有特許等：約2,500件 ⁴	* コア技術に絞った戦略的特許取得で競争力強化 ³ 環境技術をWIPO GREENで公開し協創促進 ⁵ 各技術部門にパテントマネージャー配置、全社で知財推進 ⁸	* 重要無形資産 ：「人財・技術・顧客基盤」を重視 ¹ 現場と一体化した知見蓄積（長年の信頼関係活用） デジタル技術活用による既存資産の価値向上を模索 ¹
東芝 (重電・社会インフラ他)	年間特許出願：約7,000件 ¹³ （海外出願比率>50% ¹³ ）	* 全社俯瞰の知財戦略構想を策定し、事業戦略と連動 ¹⁴ 知財アセット最適化：技術・ノウハウ・人材・ブランド等のコア資産を把握し、欠ける資産は取得・保護 ¹⁵ オープン／クローズ戦略 ：秘密情報は秘匿しつつ、最適化した知財をパートナー企業との共創に活用 ¹⁶	* ブランド ：「東芝」ブランド保護専門部署を設置しブランド価値維持 ¹⁶ 技術力：社内には200名規模の特許部隊を擁し（国内年3000件・米国1000件取得との報道 ¹⁷ ）、技術優位を知財で収益化 協創 ：社会課題解決のため社外連携を重視し、知財も標準化活動と連携
日立製作所 (エネルギー・ITソリューション他)	保有特許件数：1万件規模（推定） （Clarivate Top 100 Global Innovators常連 ¹⁸ ）	* CIPO（知財責任者）主導でグローバルな知財活動を展開し、日立イノベーションのリーダーシップ強化 ¹⁹ ²⁰ 事業密着型戦略：発明ありきではなく、顧客ニーズ・技術動向・競合分析を起点に事業部門と協働で知財ポートフォリオ構築（将来市場を見据えた知財） ²⁰ 協創とデジタル ：Lumada（デジタルソリューション）事業ではデータやノウハウも含む広義の知財活用を推進し、協創を前提とした知財戦略を展開 ²¹ ²²	* ブランド・信頼 ：社会イノベーション事業の旗振り役として信頼性を重視し、知財面でもトップ100企業として国内外で信用力 人的資本：専任知財人材を各国（米国・中国等）に配置しグローバル知財体制構築 ²³ データ重視 ：「データを含めた広義の知財」に先駆けて着目し、OT×IT融合のソリューション提供に知見蓄積 ²¹

企業名	特許出願・保有 規模の目安	知的財産戦略の特徴	無形資産戦略・経営資源の特徴
三菱電機 (重 電・FA・ 電子)	年間特許出願： 約3,000件強 (国内) 特許資産規模： 国内トップクラ ス 24	* 標準化と知財の連携 ：知財活動と標準化活動を戦略的に一体化し、ルール形成への関与で競争優位を確保 25 グローバル知財網：海外関係会社とも連携し、戦略的な海外特許出願を増やすことで強力な国際特許網を構築（海外売上増加に対応し海外特許比率も増加） 26 27 知財体制 ：本社知財部が各製作所・研究所の知財部門を統括。模倣品対策や国際標準化を欧州拠点中心に推進 28	* ブランド保護 ：グローバルで「Mitsubishi Electric」ブランドの知的財産（商標等）を保護 29 25 技術・ノウハウ：他社にない制御技術等を多数保有し、防衛的特許だけでなく標準策定を通じた業界リーダーシップ発揮 組織能力 ：全社横断テーマは本社知財部が主導し、知財・標準化を通じたサステナビリティ経営を標榜 30

（注）上記は公開情報や報道をもとに推定・要約したものです。

上表から、明電舎の知財・無形資産戦略の特徴として以下の点が浮かび上がります。

- ・**規模とフォーカスの違い**：東芝・日立・三菱電機といった大手は毎年数千件規模の特許を国内外で出願し、巨大な特許資産を築いています。一方、明電舎は保有特許数では劣るものの、自社の「**強み技術**」に集中した権利化で効率的なポートフォリオを構築しています 3。これはリソースが限られる中堅企業として、選択と集中により知財投資対効果を最大化する戦略と言えます。
- ・**オープン戦略における独自性**：明電舎はWIPO GREEN参画 5 など、**環境技術のオープン共有による共創**に積極的です。これは競合他社では必ずしも一般的でない取り組みであり、明電舎の独自性と言えます。他の大手もオープンイノベーションや協創を掲げますが、具体的に自社特許を国際プラットフォームに登録する例は多くありません。明電舎は自社技術の積極的な開放と発信により、ブランド認知度向上や新ビジネス機会創出を図っています（例えば環境ソリューション分野で海外パートナーを得るなど）。
- ・**標準化・ルール形成への関与**：三菱電機が国際標準化活動を知財戦略と結び付けている 25 のに対し、明電舎は規模的に標準策定への影響力は限定的です。例えば電力機器の絶縁技術（SF₆代替など）で欧米の規格策定に関与するケースは現状多くないと推測されます。**この点は明電舎の課題領域**であり、今後業界標準やオープン技術の潮流にどう対応していくかが問われます。
- ・**ブランド力・顧客基盤**：日立や三菱電機は世界市場で高いブランド認知と信頼を確立し、大規模プロジェクトの受注やグローバル顧客網を無形資産としています。明電舎も国内の電力・鉄道業界では「確かな技術の明電舎」として一定の信頼ブランドがありますが、**海外では知名度向上の余地**があります。現に中期経営計画2027でも「海外市場の拡大」を掲げていますが 31、海外顧客とのネットワークやブランドを強化することが、無形資産戦略上の重要課題と言えます。
- ・**人的資産と知のマネジメント**：競合各社はいずれも高度専門人材の育成・配置を重視しています。明電舎も「人財」を最重要資産の一つと位置付け 1、製造現場の技能伝承から研究者の専門性まで組織的に強化しています。ただしグローバル展開に伴い、多様な人材の確保・育成（異文化対応やデジタル人材など）は引き続き課題となるでしょう。人的資本の強化策については、中期計画2027で「採用・育成・活躍の質的転換」 32 を掲げており、競合に比肩する人材競争力の確保に努める方針です。

以上の比較から、明電舎は自社の強み領域に知財資源を集中しつつ、環境技術の開放や社内体制整備で独自の工夫を凝らしてきたことが分かります。他方で、ブランドの国際展開力や標準化戦略など、業界大手に比べ改善の余地がある分野も見受けられます。この認識を踏まえ、次章では中期経営計画2027に沿って明電舎の知財・無形資産戦略が今後どのように変化・発展し得るかをシナリオ別に検討します。

中期経営計画2027を踏まえた今後の知財・無形資産戦略シナリオ

中期経営計画2027では、「ニーズに対応した着実な成長」と「未来に向けた変化・挑戦」を両立する3年間と位置付けられました³³。具体的には、製品・事業・技術の三つの成長戦略と、それらを支える経営基盤強化策（グリーン戦略深化、人的資本強化、社内DX加速）が示されています³³。この計画の内容や前節までの分析を踏まえると、明電舎の知財・無形資産戦略は以下のような変化シナリオが考えられます。

シナリオ1: データ主導型経営への転換

中期計画2027では、経営基盤の重要課題に「データドリブン経営へのシフト（データ主導型経営への転換）」が掲げられています³⁴。これは明電舎がデジタル技術やデータ活用を経営の中枢に据えることを意味し、知財・無形資産戦略にも大きな転換をもたらします。

- ・**データ・ソフトウェアの知財戦略強化:** 従来の明電舎はハードウェア技術（変圧器、開閉器等）の特許が中心でしたが、今後は設備から得られる運用データや解析アルゴリズム、ソフトウェアが重要な無形資産となります。例えば変電設備の遠隔監視データを解析して提供するサービスや、デジタルツイン技術を用いたO&M（運用・保守）ソリューションに注力するとしています³⁵。これらを支えるソフトウェア特許、データベース権、ノウハウの秘匿管理など新領域の知財戦略を強化する必要があります。競合の日立もデジタル事業においては協創型の知財戦略を採っています²²が、明電舎もデータ活用ビジネスを拡大する上で、自社で開発したアルゴリズムの特許取得や、取得データの利活用ルール策定（契約・法務面）を進めると予想されます。
- ・**内製デジタル技術とオープン技術のバランス:** データ主導型への転換では、自社開発か外部技術活用かの選択も戦略になります。明電舎は「顧客体験価値を追求したデータ活用ビジネス」への挑戦を掲げ³⁶、単なる機器販売に留まらない価値提供に乗り出します。その際、例えばAI解析技術などは社外のスタートアップ等との連携も考えられます。自社でコアとなるデータ解析技術の特許などで囲い込みつつ、オープンソースや外部APIも柔軟に利用するオープン&クローズ戦略をデジタル領域で展開する可能性があります。東芝が提唱する「知財のオープン／クローズ戦略」¹⁶をデータビジネスで実践するイメージです。具体的には、顧客設備から集めたビッグデータを分析するAIについて、ブラックボックス化すべきコア部分は秘匿化・特許出願し、周辺部分は標準APIを採用して他社とも協調しやすくする、といった知財設計が考えられます。
- ・**社内DXによる知識資産の高度化:** データ主導型経営は社内業務のDX（デジタルトランスフォーメーション）とも表裏一体です。中期計画では「社内DXの加速」により業務効率と経営判断の高度化を図るとされています³²³⁷。例えば設計ノウハウのデジタル化、社内データ連携基盤の整備³⁸などが挙げられています。これにより暗黙知だった熟練技術者のノウハウを可視化・共有し、組織の知識資産として蓄積することが可能になります。蓄積されたデータやナレッジは将来のAI分析の材料にもなり、新たな付加価値サービス創出に繋がります。したがってデータ主導型への転換は、知的財産の定義を広げ、特許だけでなくデータ・ノウハウ・プロセスといった無形資産全般を戦略的に管理・活用する段階へと移行することを意味します。

シナリオ2: ブランド強化とレピュテーション戦略の推進

明電舎はこれまで技術力に定評がある一方、一般消費者向け事業が少ないためブランド認知は業界内に限られる傾向がありました。しかし中期経営計画2027では売上高拡大目標3,700億円（2024年度実績3,011億円か

ら大幅増) 39 を掲げており、成長には新規顧客の開拓やグローバル市場での信頼獲得が不可欠です。そこで**ブランド価値の強化とレピュテーション（評判）戦略**が無形資産面で重要になるでしょう。

- ・**コーポレートブランド戦略:** 競合他社が「日立＝社会イノベーション」「三菱電機＝FAの信頼ブランド」といったイメージを打ち出す中、明電舎も企業ビジョン「より豊かな未来をひらく、お客様の安心と喜びのために」を掲げています 40 41。今後はこのビジョンに沿って、「MEIDEN」ブランドをグローバルに発信する戦略が考えられます。具体的には、海外の展示会や国際会議で自社技術の優位性をPRしたり、英語版サイト・SNSを通じて成功事例や技術力を発信するなどです。ブランド強化は優秀な人材採用にも寄与するため、人的資本の観点からも投資価値があります。中期計画のテーマである「未来へ挑む人財・企業文化づくり」 42 の一環として、社員一人ひとりがブランドアンバサダーとなるような**企業文化醸成**も図られるでしょう。
- ・**製品・サービスブランドと知財:** 明電舎が強みとする製品（例：真空遮断器、変圧器、水処理装置等）について、今後は環境性能や信頼性を前面に出した**サブブランド戦略**も考えられます。例えば「Eco-〇〇シリーズ」「MEIDEN Quality」など統一ブランドを用いて差別化を図り、関連する商標の取得・保護を進めることが予想されます。すでに明電舎は「Quality connecting the next」というスローガンも掲げています 43 が、これを裏付ける形で品質・安全性に関する認証取得や受賞歴の発信など**信頼の見える化**を行い、ブランド価値を高めていくでしょう。また、ブランドは模倣リスクへの対処も必要です。他社による商標侵害や偽造品には法的措置で臨むとともに、三菱電機のように専門部署でブランド保護体制を敷くことも検討されます 44。
- ・**ステークホルダーからの評価向上:** 無形資産としての「信頼・レピュテーション」は顧客だけでなく投資家や社会全体からの評価も含まれます。明電舎は直近でESG経営や健康経営などの認証を取得し始めています 45。今後も環境経営の実績（例：脱炭素目標の達成 46）や知財面での表彰（例えば特許の質で評価されるランキング入り）など、外部評価を高める取り組みが続くでしょう。「**誠実で責任ある事業運営**」 47 というマテリアリティも掲げられており、知的財産の適切な管理（他社権利の尊重 48 やコンプライアンス遵守）によって信頼を損なわないことも重要です。総じてブランド強化シナリオでは、明電舎が培ってきた技術力にプラスして「**信頼の明電舎**」というレピュテーションを国内外で確立し、無形のブランド資産を事業成長のエンジンにすることが期待されます。

シナリオ3: 海外展開強化とグローバル知財戦略の進化

中期経営計画2027では、北米・インド・シンガポール・欧州など海外市場への積極展開が明示されています 49。これに伴い、無形資産戦略もグローバル志向へシフトするシナリオが考えられます。すでに明電舎は海外11拠点の生産拠点を有しています 50 が、今後は**海外事業の収益力向上**とともに知財・無形資産面での強化策が求められます。

- ・**グローバル特許網とFTO確保:** 海外での事業拡大には、現地での特許による事業自由度（Freedom to Operate）の確保が不可欠です。中期計画によれば米国で真空遮断器の生産工場新設、欧州向けSF₆フリー開閉装置の展開などが予定されています 51 52。これら領域では海外競合も多く、特許訴訟のリスクもあります。したがって明電舎は**戦略的な海外特許出願のさらなる増強**と、他社特許の調査・クリアランスをこれまで以上に重視するでしょう。三菱電機も海外売上増加に伴い海外特許比率を高めたとされています 27 が、明電舎も同様に北米・欧州・アジア主要国での特許取得を計画的に進めると予想されます。特に環境規制対応製品（例：SF₆代替ガス絶縁技術）や新興国向けインフラ製品での特許網整備がポイントです。
- ・**海外パートナーとの協業と知財:** グローバル展開を加速するには、現地企業との提携や顧客との共同開発も増えるでしょう。その際、**共同特許出願やライセンス契約**など知財面の取り決めが重要になります。明電舎は既に半導体装置メーカーとの連携による技術開発に取り組むとしています 53 が、こうした協業の成果を適切に権利化し、自社だけでなくパートナーにもメリットをもたらす知財スキ-

ムを構築する必要があります。例えば、共同開発した技術を地域別に権利配分したり、お互いの背景特許をクロスライセンスする等の戦略です。また、海外では知財契約や係争の法制度が日本と異なるため、現地法に精通した知財人材の配置や外部法律事務所との連携も強化されるでしょう。**グローバル知財マネジメント**の体制整備が、海外展開強化には不可欠です。

- ・**国際標準・認証への対応:** 海外市場で製品を展開するには、その国や地域の標準規格への適合や認証取得が無形資産としてもものを言います。例えば欧州の電力機器市場ではIEC規格への準拠、北米ではANSI/IEEE基準適合が信頼の前提です。明電舎も海外進出にあたり、**国際標準化活動への参加**や、自社技術を規格化提案する動きを強める可能性があります。競合の三菱電機が欧州拠点を活用し国際標準化に関与しているように⁵⁴、明電舎も製品分野によっては業界団体に加盟し発言力を高めることで、自社に有利な市場環境を整えることが考えられます。標準取得はそのまま**ブランド信頼の強化**にも繋がるため、海外展開シナリオでは技術標準と知財戦略の連携が一段と重要となるでしょう。

- ・**海外無形資産の獲得・活用:** 必要に応じて、海外企業の買収・技術獲得も選択肢となり得ます。例えば明電舎が強みを持たないデジタル分野で海外のソフトウェア企業をパートナーに迎えたり、ブランド力のある現地企業を買収して顧客基盤（信用）を取り込むことも検討されるかもしれません。日立製作所がグローバルLogic社を買収してIT人材・ノウハウを獲得した例や、東芝が海外の送配電事業会社を買収した例にならい、**無形資産そのものを外部から取り込む戦略**です。こうしたM&Aや提携の際には、対象会社の特許・技術・ブランド評価を的確に行い、シナジーを最大化する知財デューデリジェンスが重要になります。

以上、データ主導型への転換、ブランド強化、海外展開強化の3つのシナリオを考察しました。明電舎の今後の知財・無形資産戦略は、これらシナリオが**並行的かつ段階的に進行**する可能性があります。すなわち、データ活用を軸に新サービス創出を図り（シナリオ1）、その過程でブランド価値を高め（シナリオ2）、さらにその成功モデルを海外にも展開していく（シナリオ3）という流れです。

おわりに

「中期経営計画2027」に示された方針から、明電舎が自身の強みである人財・技術・顧客基盤とデジタル技術を組み合わせ、新たな価値創造に挑もうとしていることが分かりました。知的財産・無形資産戦略の面でも、過去の堅実な取組みに加えてデータ主導・ブランド・グローバル展開といった新機軸が求められています。競合他社と比較すれば、明電舎には独自のポジショニングがある一方、学ぶべきベストプラクティスも存在します。今後、**技術革新や市場環境の変化に柔軟に対応しつつ、知財・無形資産を経営の柱として戦略的に活用できるか**が、明電舎の持続的成長の鍵を握るでしょう。その動向は、日本の重電メーカー全体の競争力強化の一端を担うものとして注目されます。各種シナリオを実現する具体策の策定と実行に期待したいところです。

参考文献・出典：

- ・明電舎「中期経営計画2027」プレスリリース（2025年5月13日）⁵⁵ ⁵⁶ ³³
- ・明電舎 公式ウェブサイト「知的財産戦略」⁵⁷ ⁵ ¹⁰
- ・特許庁ウェブサイト「株式会社明電舎と意見交換を行いました」（2025年1月16日）¹²
- ・明電舎統合報告書「明電舎レポート2024」知的資本に関する記載⁴
- ・東芝 公式ウェブサイト「知財戦略」に関する記載⁵⁸ ¹³
- ・日立製作所 ニュースリリース「Clarivate Top 100 Global Innovators選出」に関する報道¹⁸
- ・三菱電機 公式ウェブサイト「知的財産戦略」²⁵ ²⁷ 他。

- 1 33 34 39 56 中期経営計画 | 明電舎
https://www.meidensha.co.jp/corporate/corp_04/
- 2 3 5 8 9 10 11 48 57 知的財産戦略 | 明電舎
https://www.meidensha.co.jp/rd/rd_08/
- 4 40 41 43 45 47 50 meidensha_2024_A3.pdf
https://meidensha.disclosure.site/pdf/meidensha_2024_A3.pdf
- 6 キュービクル形ドライエア絶縁開閉装置（Eco C-GIS）を「WIPO ...
https://www.meidensha.co.jp/news/news_03/news_03_01/1252365_10499.html
- 7 仮想同期発電機機能付き蓄電池用インバータ（VSG-PCS）を ...
https://www.meidensha.co.jp/news/news_03/news_03_01/1254963_10499.html
- 12 株式会社明電舎と意見交換を行いました | 経済産業省 特許庁
<https://www.jpo.go.jp/news/ugoki/202501/2025011601.html>
- 13 知財戦略 | 知的財産 | 東芝
<https://www.global.toshiba/jp/technology/corporate/ip/strategy.html>
- 14 15 16 23 58 知的財産に関する取り組み | サステナビリティ | 東芝
<https://www.global.toshiba/jp/sustainability/corporate/social/intellectual-property.html>
- 17 特許保護へ次々提訴 知的財産戦略、鮮明に - asahi.com : マネー
<http://www.asahi.com/money/topics/TKY200411100104.html>
- 18 革新企業トップ100にトヨタ、日立、NTT、パナソニックなど
<https://monoist.itmedia.co.jp/mn/articles/2504/08/news057.html>
- 19 知的財産戦略
https://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2022/12/1205/20221205_03_ip_presentation_ja.pdf
- 20 日立が知財活動の優れた革新的企業として「Clarivate Top 100 ...
<https://www.hitachi.co.jp/information/info/20250331.html>
- 21 [PDF] 2019年度知的財産戦略 - 日立製作所
<https://www.hitachi.co.jp/IR/library/presentation/190626/190626-2.pdf>
- 22 社会イノベーション事業の成長を支える知財活動 - WirelessWire News（ワイヤレスワイヤーニュース）
<https://wirelesswire.jp/2018/07/66163/>
- 24 【全業種】特許資産規模ランキング2024 トップ3は三菱電機
<https://www.patentresult.co.jp/ranking/scale/2024/all.html>
- 25 26 27 28 29 30 44 54 知的財産戦略 | 知的財産 | 企業情報 | 三菱電機
<https://www.mitsubishielectric.co.jp/corporate/chiteki/hoshin/index.html>
- 31 32 35 36 37 38 42 46 49 53 55 中期経営計画2027
https://www.meidensha.co.jp/news/news_03/news_03_01/___icsFiles/afieldfile/2025/05/13/norenmid_2.pdf
- 51 52 明電舎、生産能力増強を加速／新中計で旺盛な需要に対応 - 電気新聞ウェブサイト
<https://www.denkishimbun.com/archives/386388>