

デフレからインフレへの転換期における企業知財部門の適応戦略

日本経済が長期のデフレ局面からインフレ局面へ移行する中で、企業の知的財産（IP）戦略と知財部門の役割も大きな転換を迫られています。以下では、**経済インフレ下での知財戦略の見直し、知財部門の役割変化（収益化・資産管理・M&A対応）、業種別の傾向、企業規模によるアプローチの違い、ブランド価値と無形資産評価の重要性、そして海外企業との比較・外資系企業の動向**について、最新の動向や事例を交えて整理します。

インフレ環境下における知財戦略の見直し

インフレにより物価や賃金が上昇する環境では、知財戦略もこれまでのデフレ前提から大きく見直す必要があります。特に**特許出願や維持にかかるコスト上昇**への対応が急務です。例えば日本では2022年4月に特許庁の手数料改定が行われ、**特許料や商標登録料が軒並み値上げ**されました¹²。具体的には、特許の第1～3年分維持年金は従来の年2,100円（請求項×200円）から年4,300円（請求項×300円）に倍増するなど、大幅なコスト増となっています³。また国際特許出願（PCT）の手数料も**日本語出願の場合で8万円から16万円へ倍増**し、企業の知財予算に直接響くインパクトとなりました⁴。このような**知財関連費用のインフレ**に対処するため、企業は**戦略的な出願・維持計画**を練る必要があります。実際に、一部の企業では手数料値上げと円安による負担増を受け、**PCT出願件数を減らし対象国を絞る**など出願戦略を見直す動きも報告されています⁵。重要な発明や市場に絞って権利化・維持する「選択と集中」が求められているのです。

他方で、インフレ下では**知財の積極的活用による収益確保**も重視されます。原材料費や人件費の上昇で利益圧迫が避けられない中、**自社の特許・技術をライセンス供与して収入源とする戦略**が注目されています⁶。例えば、三菱電機では保有技術を外部企業に提供して新ビジネス創出を図る「Open Technology Bank（OTB）」活動を開始し、その成果として**パートナー企業へのライセンスアウトによる収益獲得**も期待できるとしています⁷⁶。このように、自社で囲い込むだけでなく**知財を外部展開してマネタイズ**する発想が、インフレ時代には企業の収益改善策として重要度を増しています。また**商標戦略やブランド管理**も再評価が必要です。インフレ下では価格転嫁が避けられませんが、**ブランド価値の高い企業ほど容易に価格転嫁が可能**であり、インフレ耐性が高いと指摘されています⁸。そのため、知財戦略として自社ブランドの商標を的確に保護しブランド力を高めることが、**価格競争力・収益維持の切り札**となります⁹。加えて、インフレ局面では知財訴訟や権利行使も見直される可能性があります。コスト増に苦しむ企業が技術流出や模倣を許容すれば自社の価格決定権が損なわれかねないため、**特許侵害訴訟による独占的地位の維持や模倣品対策の強化**など、**攻めの知財対応**に舵を切る企業も増えると考えられます（近年アメリカでの特許訴訟増加や高額賠償の傾向など、いわゆる「プロパテント」傾向の強まりも指摘されています¹⁰）。総じて、インフレ環境下では**知財への投資対効果を厳しく精査しつつ、知財を収益と競争力に直結させる戦略**へのシフトが不可欠です。

進化する知財部門の役割：守りから収益創出・経営戦略へ

インフレ時代において、企業内の知財部門の役割も「コストセンター」から「**戦略的価値創造部門**」へと進化が求められています。従来、日本企業の知財部門は**他社からの自社技術防衛**（特許出願・権利化、係争対応）や**契約管理**といったバックオフィスの機能に重点が置かれ、「守り」の色彩が強い部門でした¹¹。しかし現在では、知財部門自らが**事業のフロントラインに立って価値創造に寄与**することが期待されています¹²¹³。三菱電機の事例では、知財部門が主導するOTB活動を通じて、社外パートナーとの**技術マッチングや共同開発**を推進し、知財を新製品・サービスの共創に活用する取り組みが行われています¹⁴¹⁵。同社知

財渉外部の片山部長は「**知財部門は勇気を持ってフロントラインに関与すべき**」と述べ、知財を単に守るだけでなく**事業経営にダイレクトに貢献**しうる戦略的資産と位置づけています^{12 13}。実際、OTBでは**自社特許・ノウハウを外部にライセンスし、新たな価値創出と社会課題解決を図る**アプローチをとっており¹⁴

7、知財部門が**収益源の開拓役やオープンイノベーションのハブ**として機能しています。

また**知財の資産価値管理**も知財部門の重要任務として浮上しています。インフレ下で有形資産の価値が変動しやすい中、**特許・商標・著作権など無形資産の戦略的管理**によって企業価値を高めることが重視されています¹⁶。日本政府もコーポレートガバナンス・コードの改訂を受け、「**知財・無形資産の投資・活用戦略の開示ガイドライン**」を策定し、企業に対し知財戦略と経営戦略の統合を促しています¹⁶。このガイドラインでは、経営陣と知財部門が連携して**知財ストーリーを描き、無形資産と企業価値向上の因果関係を示す**ことが求められており¹⁷、知財部門はIR部門とも協働して**投資家に評価される知財ポートフォリオ戦略**を打ち立てる役割を担います¹⁶。要するに、知財部門は**自社の強みとなる知財資産を見極め、その価値を最大化するサイクル（創出・権利化・活用・開示）を回すことで企業価値を向上させる**という、経営戦略の一翼を担う存在へと進化しているのです。

さらに、**M&Aにおける知財部門の貢献**も重要度を増しています。インフレ局面では事業再編や買収によるスケールメリット追求が活発化する傾向があり、その際に**対象企業の知的財産デューデリジェンス**が欠かせません。知財部門は、買収・統合プロセスで相手企業の特許やブランドの価値評価、リスク（係争中案件や権利の脆弱性）の洗い出しを行い、**M&Aの成否を左右する隠れた資産・負債を表面化**させます^{18 19}（※例えば、強力な特許ポートフォリオは買収価格を正当化し交渉力を高める一方¹⁸、反対に重要特許の権利切れ間近や第三者へのライセンス義務などは将来収益を左右する要因となり得ます）。M&A後も、知財部門が中心となり**両社の知財資源を統合し、一体的なポートフォリオ最適化とライセンス機会の創出**を図ること、シナジー効果を最大化できます^{20 21}。このように、知財部門は**収益源創出（ライセンス収入や事業創出）、資産価値管理（ポートフォリオ最適化と情報開示）、M&A対応（デューデリジェンスと統合後活用）**という多面的な役割を担い、企業の長期的成長を支えるキープレイヤーとなりつつあります。

業種別に見る知財戦略の傾向

業界によって、インフレ下での知財の位置づけや戦略にも違いが現れています。以下に主要な業種ごとの動向を整理します。

- ・**製造業（自動車・機械・電機など）**：製造業では従来から特許による技術優位の確保が重視されてきましたが、インフレ下では**オープンな知財活用**の動きが注目されています。例えば三菱電機は約7万件の特許を保有する中で、「**特許の独占は時代遅れ**」との認識に立ち、社外との共創を推進しています^{22 14}。具体的には、**自社技術をパートナー企業にライセンスアウトし、相互に技術を融通するクロスライセンス**を行うなど、競合ではなく協調による価値創造に踏み出しています^{23 7}。このアプローチは、インフレで個社単独の開発コスト負担が増す中、**他社と知財を融通し合うことで開発期間短縮やコスト削減を図る**狙いがあります⁶。また製造業では**グリーン技術や省エネ技術**などインフレ下の社会課題（エネルギー価格上昇等）に対応する特許開発が活発で、これらの知財を軸に新市場を開拓する動きもみられます。自動車産業では電動化や電池技術の特許を各社が相互提供する提携（トヨタがEV関連特許を無償提供した例など）があり、**知財を業界全体の標準化・効率化に役立てる**ことでインフレ下でも競争力を保つ試みと言えます。
- ・**IT・ソフトウェア業界**：デジタル領域では、技術変化のスピードが速く知財戦略も他業種と様相が異なります。ソフトウェア企業では**特許だけでなく著作権や営業秘密で技術を保護**する比重が高く、インフレ下でも**継続的なイノベーション**が企業価値の源泉となります。この業界では人的コスト増が避けられませんが、優秀な人材や技術を囲い込むため**オープンソースとの使い分けやデータの囲い込み**など独自の知財戦略が展開されています。例えばAIやクラウド分野では、**特許ポートフォリオを強化して競合の参入障壁を築く一方、コアでない技術はオープン化して業界標準を握る**といった戦略が採られます（海外ではIBMやGoogleが特許を収益源にしつつオープンソースも推進するケースが典型で

す）。ITサービス企業ではブランドよりも**技術プラットフォームの知財**が重視されますが、日本企業の場合、国内市場依存が強いために**海外IT大手との知財競争に苦戦**しているとの指摘もあります。インフレで開発コストが上がる中、中小のIT企業は**特許出願費用を捻出できず出願件数が伸び悩む**ケースもあり、政府もスタートアップ支援策の中で**特許出願補助や大学発技術のライセンス促進**などに取り組んでいます²⁴。総じてIT業界では、「データ・アルゴリズム」という無形資産をどう守り活用するかがカギであり、インフレ時でも**知財への機動的な投資（必要ならば物価に左右されず出願・維持する姿勢）**が競争力維持に不可欠とされています²⁵。

・**バイオ・医薬品業界：** バイオテクノロジーや製薬産業では、**特許が製品独占と収益確保の生命線**であり、その重要性はインフレ下で一層高まっています。医薬品は開発に巨額の投資と年月を要するため、インフレで開発コストが増しても特許期間内に投資回収する必要があります。このため、各社は**特許出願や権利延長制度（特許期間延長や再設定）**を駆使して新薬の独占期間を確保し、価格転嫁による収益確保を図ります。特に革新的新薬の場合、**特許による価格プレミアム**がないと研究開発費をまかなえないため、インフレで原材料費・治験費用が上昇する中でも知財戦略は攻めの姿勢が続いています。またバイオ・製薬では**M&Aやライセンス契約**が盛んで、大手が中小の有望技術を買収・導入する動きがインフレ期にも加速しています。中小バイオ企業にとっては、自前で製品化するより**特許や知見をライセンスアウトして収入を得る**ビジネスモデルが現実的であり、インフレ下で資金調達環境が厳しい場合には**知財ライセンス収入が貴重なキャッシュ源**となります。実際、日本でも大学発ベンチャーが創製した技術を製薬大手にライセンスする例が増えており、知財部門がライセンス交渉や提携の橋渡し役を務めています²⁶。さらにインフレに伴う社会的要請として、医療費抑制圧力とのバランスも課題です。各国政府は薬価抑制策を取る傾向がありますが、企業側は**知財を通じたイノベーション創出**を訴えつつ、特許期間後のジェネリック参入に備え**特許の継ぎ足し（継続特許や用途特許）**で収益源を維持しようとしています。総じてバイオ・医薬では、インフレで開発費増大・資金調達難があるものの、知財が**事業価値の要**である状況は不変であり、他業種以上に**知財部門が経営戦略の中心に位置する業界**といえます。

・**コンテンツ・エンターテインメント業界：** アニメ、ゲーム、映画、音楽などのコンテンツ産業では、**著作権やキャラクター版権といった知財の活用**がビジネスそのものです。インフレの影響がこの業界に及ぶ代表例が**制作コストのインフレ**で、優れたコンテンツ制作にかかる費用が世界的に高騰しています²⁷。例えばハリウッド映画や大型ゲーム開発では予算が過去最大規模となっており、日本のコンテンツ企業も**国際水準の投資競争に直面**しています²⁷。この状況下、各社は一つの**IP（知的財産）を多面的に展開して収益化する戦略を強化**しています。映画や漫画のヒット作をゲーム化・グッズ化・イベント化（ライセンス商品化）することで、一つのコンテンツIPから得られる収入を最大化し、**制作費インフレのリスクを分散・回収**しているのです。実際、**世界のライセンス商品・サービス売上高は2023年に3,408億ドルと過去最大に達し、コロナ後の記録的インフレ下でも前年比8%成長**しました²⁸。これは、物価高で消費者が支出に慎重になる中でも**人気キャラクターやブランド付きの商品は選択されやすく、無名品との差が拡大**したことを示しています²⁹。つまり「**推し**」の**キャラクターやシリーズへのファン支出は堅調**で、ブランド力が売上を左右したという分析です²⁹。日本のコンテンツ企業もこの流れに沿い、国内外での**IPビジネス展開（例：海外ストリーミングへの配信、グローバル市場での商標取得、キャラクターライセンス輸出）**に力を入れています。政府も「デジタル田園都市国家構想」等でコンテンツの海外展開支援策を講じており、「**クールジャパン**」戦略の刷新を通じて**日本発IPで海外ファンを獲得し経済成長につなげる狙い**です³⁰。インフレ下でも、熱狂的ファンによる支出はブランド価値さえ維持できれば見込めるため、**コンテンツ産業では知財＝ブランド資産の強化が死活的に重要**となっています。

以上のように、**各業種でインフレ環境への適応策として知財戦略にも特色がみられます**。製造業はオープン化や共同によるコスト圧縮、ITはスピード重視の知財運用、バイオは知財による独占利益確保、コンテンツはIP多面展開による収益最大化と、それぞれの戦場で知財部門が工夫を凝らしているのが現状です。

中小企業と大企業：知財アプローチの違い

企業規模によっても、知財への取り組み方や課題には大きな違いがあります。中小企業と大企業、さらに外資系企業の知財アプローチの特徴を比較すると、以下のようになります。

企業規模・種別	インフレ下における知財アプローチの特徴
大企業(国内大手)	・専門の知財部門を持ち、多数の特許・商標を管理。インフレ下でも必要な出願・権利維持は「費用に関係なく行う」とするケースが多く、将来の成長分野に先行投資 ²⁵ 。 ・知財予算は比較的潤沢だが、物価高騰でコスト意識も高まり、 休眠特許の整理 や権利維持年数の見直し等でポートフォリオ最適化を進める。 ・自社知財の 収益化に積極的 （ライセンス事業部署の設置、パテントプール参画等）。知財部門が経営陣への提言力を強め、M&A戦略やオープンイノベーション戦略に深く関与する傾向。 ・投資家対応では 無形資産の情報開示 に注力し、知財戦略を統合報告書やIRで発信。知財が企業価値評価の重要項目になるとの認識で、ガバナンス強化 ¹⁶ 。
中小企業・スタートアップ	・専任の知財担当者が不在か少人数のため、 特許事務所や支援機関を活用 して知財対応。インフレで出願費用・弁理士費用が上昇すると、限られた予算では出願断念や先送りのケースも。 知財戦略の資金不足 が大きな課題 ³¹ 。 ・自社技術を守る余力が乏しく、 ノウハウの秘匿（営業秘密化） に頼りがち。しかし物価上昇で人材流出リスクが高まると、営業秘密の流出懸念も増すためジレンマとなる。 ・他社との差別化・高付加価値化のため、本来は知財活用が有効だが、「コスト対効果」が見えにくいとして消極的な企業も多い。政府や自治体は 知財コンサルティング支援 や 低利融資 などで中小の知財投資を後押し中 ²⁴ ³² 。 ・ ブランド戦略 においては、知名度向上やニッチ市場開拓を目的に商標出願する動きも。インフレ下で価格競争に巻き込まれないため、独自ブランドを育てる中小企業も増えている。
外資系企業(多国籍企業)	・海外で確立した 強力なIPポートフォリオやブランド を武器に、日本市場でも優位に立つ。 例：外資系高級ブランドやITサービスは価格転嫁が容易で、円安・インフレ局面でも日本で値上げしつつ売上を伸ばしたケースがある（高いブランド忠誠度のおかげ ⁸ ）。 ・自国と同様、日本でも知財権を厳格に行使。特許や商標の侵害には積極的に法的措置をとり、模倣品摘発では日本の特許庁や税関の制度もフル活用（特許庁は外国企業の模倣対策支援も提供 ³³ ）。 ・研究開発型の外資は、日本企業との提携やオープンイノベーションにも積極的。インフレで自国の研究費が増した場合、日本の大学や企業との共同研究によるコスト分散も選択肢となる。その際の知財帰属やライセンス条件交渉で、グローバル標準の考え方を持ち込むため、日本企業側にとって交渉ハードルが高い場合も。 ・知財部門の位置づけは本社主導で統一されており、日本子会社では 本社方針に沿った知財管理 を行う。日本独自の事情（例えば商標のローカライズや現地特有の特許制度）にも対応しつつ、グローバルで一貫した知財戦略を展開する。

上記のように、大企業は攻めの知財投資と価値発信、中小企業はコストとの綱渡りと支援活用、外資系はグローバル知財力の本国展開という構図が浮かびます。インフレという共通の経済課題に対しても、その立場によって知財戦略の取り得るオプションや優先順位は異なるのです。

ブランド価値と無形資産評価の新たな重要性

デフレ経済ではしばしば軽視されがちだった**ブランド価値**や**知的資産の評価**が、インフレ経済下で改めて脚光を浴びています。物価上昇により**製品・サービス価格**が上がる局面では、顧客に**価格以上の価値**を認めてもらうことが必要であり、その源泉こそブランド力や技術力といった**無形資産**です。実際、**高いブランド価**

値を持つ企業は価格転嫁力が強く、インフレ下でも利益率を維持しやすいという分析があります⁸。例えば有名飲料や食品メーカーは原価上昇時に相次いで値上げを実施しましたが、ブランドへの信頼を背景に大きな顧客離れを招かずに済んでいます。これはブランドという無形資産が消費者の許容する価格帯を引き上げ、企業にインフレ耐性を与える「見えざる盾」になっていることを意味します。

また無形資産の企業価値に占める比率は世界的に上昇傾向にあります。米国企業では時価総額の約90%が特許・ノウハウ・データ・ブランドなど無形資産だとされるのに対し、日本企業では無形資産は企業価値の3〜4割程度に留まるとの調査もあります³⁴。このギャップを埋めること、すなわち日本企業が無形資産で価値創造する力を高めることが長年の課題でした³⁴。インフレにより有形資産（設備・原材料等）の価値が相対的に揺らぎやすくなった今こそ、無形資産への注目が一段と高まっています。政府や経済団体も、企業に対して知財・無形資産の「見える化」と戦略的活用を強く促しています¹⁶³⁵。具体的には、知財やブランドに対する投資額・取得件数だけでなく、それらが将来の事業ビジョン達成にどう繋がるかというストーリーを開示し、投資家との対話を深める動きです¹⁷。この流れは企業内でも知財・ブランドの価値評価手法の高度化に繋がっています。従来、知財の評価は取得コストや権利期間など定量面が中心でしたが、現在は事業貢献度（知財が生み出すキャッシュフロー）や市場での優位性への寄与などを定性的にも評価し、M&Aや投資判断に反映させる取り組みが増えています³⁶³⁷。

さらにブランド戦略と知財戦略の融合も進んでいます。ブランド価値を高めるには模倣品・偽物の排除が不可欠であり、インフレ下で購買力が下がると廉価な偽物が出回りやすくなる懸念があります。そのため企業は商標権や意匠権を駆使したブランド保護施策を強化しています。例えばラグジュアリーブランド各社は日本でも並行輸入品や模倣品に対し厳しく権利行使し、市場の信頼を守っています。またSNS時代にはブランドイメージ毀損のスピードも早いため、商標だけでなく著作権・肖像権なども含めた総合的なブランド/IP管理が重要です。エンタメ業界では、人気キャラクターのブランド価値を維持・向上させるために公式ライセンス商品以外の海賊版を取り締まったり、あえて二次創作を許容する範囲を設定してファンコミュニティを維持したりといった戦略も取られています（これも広義には知財戦略の一環です）。

最後に、無形資産を適切に評価し金融に活かす取り組みにも触れておくべきでしょう。知財そのものは形のない資産ですが、その価値を金融機関が評価して融資や投資を行う「IPファイナンス」の動きが日本でも広がりつつあります。特許庁は2024年度に向けて中小企業の知財・無形資産の事業価値を金融機関が評価・資金供給できる仕組み作りを進めています³²。インフレ下で金利が上昇すると従来型の融資（不動産担保など）は借入コスト増となりますが、成長性ある無形資産を評価した資金調達が可能になれば、中小企業でも知財投資の好循環が生まれる期待があります。企業側も、自社の知財価値を数値化し「知財報告書」として社外に示す動きを加速しています³⁸。たとえば旭化成やソニーなどは知的財産報告書を毎年公表し、特許・技術の活用戦略やブランド戦略を開示して投資家に長期ビジョンを訴えています³⁹。このように、インフレ時代においてブランド価値・知的資産を適切に評価し活用することが、企業の持続的成長と資金調達力の鍵となりつつあります。

海外との比較・外資系企業の動向

日本企業の知財対応を語る上で、海外企業の動向や国際的なトレンドとの比較も欠かせません。まず、知財戦略を巡る姿勢において、日本は長らく「オープン志向で特許訴訟も少ない国民性」と言われてきました。一方アメリカを始めとする海外では、技術やブランドの権利化・収益化に極めて積極的です。例えば米国の大手IT企業は毎年数千件規模の特許を取得し、不要な知財は特許売買市場で他社に売却したり、積極的にライセンス料徴収や訴訟で収益を上げたりしています。日本企業もグローバル競争下でこうした手法を取り入れつつあり、自社保有特許を他社に提供する代わりにロイヤルティ収入を得るビジネスは徐々に拡大しています⁷⁶。また、日本企業同士はクロスライセンスや穏便な紛争解決が多かったのに対し、海外企業（特に米欧中韓の大手）は日本企業に対しても権利侵害があれば厳しく対処します。これは日本企業にとって攻めにも守りにも国際標準の知財戦略が求められることを意味します。

グローバルに見た知財制度面の変化も注目すべき点です。インフレが世界的に問題となった2020年代前半、各国特許庁は手数料改定や審査高速化など制度調整を進めました。例えば欧州特許庁（EPO）も料金引き上げを実施し、米国も長らく据え置かれていた特許維持費が増額傾向にあります。こうした中、日本企業が海外で知財活動をするコストも増大しています。前述の通り円安も相まって、日本企業は**出願国の取捨選択**を迫られている状況です⁵。一方、**中国企業の知財攻勢**も看過できません。中国は特許出願件数で世界一となり、日本企業が国内外で遭遇する中国企業からの特許権主張ケースも増えています。中国企業は政府の後押しもあり**低廉なコストで大量の特許を取得・活用**しており、日本の中小企業などは十分な知財防衛策を取らないと、知らぬ間に中国企業の特許網に取り囲まれるリスクもあります。インフレで競争環境が厳しくなる中、**新興国企業も含めた知財競争力比較**で日本が遅れを取らないよう、官民を挙げた戦略が必要とされています。

外資系企業の日本市場での動きとしては、前述の通り**強力なブランド力を背景に価格戦略を柔軟に展開**する例が見られます。例えば米国のアップル社は円安・インフレ期に日本でiPhone等の値上げを敢行しましたが、それでも販売台数を大きく落とさず市場シェアを維持しました。これはAppleというブランドの競争力によって**価格転嫁が受け入れられた典型例**です（まさに「ブランド価値が高い企業はインフレに強い」の実証と言えます⁸）。他にも海外高級ブランドが相次ぎ日本国内価格を引き上げても、富裕層を中心に売上が堅調という報道があり、**ブランドの持つ価格プレミアム効果**を改めて示しています。

また外資系企業は**知財ガバナンスの成熟度**が高い傾向があります。社内で知財の位置づけが明確で、トップ自ら知財戦略を語る企業も多く存在します。GEやIBMのように「知財収入〇億ドル」といった形で決算説明に知財を組み込む例もあります。日本企業も最近はトヨタやパナソニックが知財報告書を発行するなど追いつつつありますが、**知財を事業の柱とみなす文化**は米国企業の方が長けています。知財部門トップが経営陣に名を連ねる割合も海外の方が高く、日本では知財担当役員が置かれる企業は限定的です。この差は、インフレ下での迅速な知財対応にも現れるかもしれません。すなわち海外企業は経営判断として特許の売買・集中的投資・撤退などを素早く行えるのに対し、日本企業は稟議や縦割りの弊害で後手に回るケースが懸念されます。

しかし日本も国を挙げて知財戦略を強化する方向にあります。政府の知的財産推進計画2025では、日本を「知財立国」とする目標の下、AIやデジタル人材の活用による知財管理の効率化、コンテンツ海外展開強化、大学知財の事業化支援など多面的な施策が盛り込まれています^{40 41}。これらは**海外に伍する知財競争力を養う**ことが目的であり、インフレを乗り越え経済成長するために知財を武器とするという国家戦略でもあります⁴²。外資系企業から学ぶべきは、**知財への投資はコストではなく将来への原資**と捉えるマインドと言えるでしょう。

おわりに：知財戦略で価値創造をリードする

インフレへの転換期において、日本企業の知財部門には**従来以上に攻めと守り双方での活躍**が期待されています。物価上昇という逆風下でも、自社の知的財産をフル活用して**新たな価値と収益を生み出す**ことが企業存続の鍵となります。幸い、日本には世界に誇る技術やコンテンツが数多く存在し、それら無形資産を磨き上げて利益につなげる余地は大きいと言えます。デフレ時代に染み付いた「コストカット優先」「現状維持志向」から脱却し、**知財を企業価値向上の武器（Weapon）として捉える発想転換**が重要です^{43 44}。知財部門はまさにその旗振り役として、全社的な価値創造リーダーシップを発揮するポジションに立っています。

最後に強調したいのは、**知財戦略は全ての業種・企業規模にとって有効な経営戦略ツールである**という点です。インフレという未曾有の試練に直面する今だからこそ、日本企業は知的財産を軸にした戦略的思考でもう一段高い競争力を獲得するチャンスとも言えます。産官学の連携や海外との協働も活用しつつ、知財部門発のイノベーションが日本経済の持続的な発展を支えることが期待されます。そのための具体的知見やベストプラクティスは今後もアップデートが必要ですが、本稿で整理した動向や施策がその一助となれば幸いです。

参考文献・情報源（一部抜粋）：

- ・松島憲之「インフレ、トランプ2.0とどう向き合うか？企業価値を向上させる“武器”としての知的財産戦略」Japan Innovation Review (2025) 45 44
- ・経団連タイムス「知財・無形資産ガバナンスガイドラインVer.2.0」(2024) 34 16
- ・法律事務所ZeLo解説「特許料・商標登録料・国際出願手数料 改定」(2022) 1 4
- ・特許庁「産業構造審議会 知的財産分科会 財政点検小委員会 資料」(2023) 5 25
- ・ビジネス+IT記事「三菱電機“驚き”の知財戦略、特許『独占』は『時代遅れすぎ』と言えるワケ」(2023) 14 7
- ・日本投資機構「インフレに強い銘柄選び」(2024) 8
- ・ライセンス国際「2023年度ライセンス業界 売上概要プレスリリース」 28 29
- ・内閣府 知的財産戦略本部「知的財産推進計画2023・2024」 27 24 他.

1 2 3 4 知財戦略のコストに大きな影響！令和4年4月1日より特許料・商標登録料・国際出願関係手数料（印紙代）が改定 | 法律事務所ZeLo

<https://zelojapan.com/lawsquare/16962>

5 25 jpo.go.jp

https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/zaiseitenken_shoi/document/07-shiryuu/01.pdf

6 7 11 12 13 14 15 22 23 三菱電機“驚き”の知財戦略、特許「独占」は「時代遅れすぎ」と言えるワケ | ビジネス+IT

<https://www.sbb.it/article/cont1/121512>

8 9 日本投資機構株式会社【物価上昇時の切り札！】インフレに強い銘柄選び

<https://jioinc.jp/invest/20240621eg/>

10 soei.com

<https://www.soei.com/wp/wp-content/uploads/>

2023/03/%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%95%E3%83%AC%E6%99%82%E4%BB%A3%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E6%

16 17 34 35 知財・無形資産ガバナンスガイドラインVer.2.0 (2024年2月15日 No.3625) | 週刊 経団連タイムス

https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2024/0215_09.html

18 知財の氷山：M&A取引における表面下の隠れた価値を探る

<https://www.chiplawgroup.com/>

%E7%9F%A5%E8%B2%A1%E3%81%AE%E6%B0%B7%E5%B1%B1%E5%BC%9A%E5%8F%96%E5%BC%95%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E6%
lang=ja

19 知財とビジネスマネタイズ：第1回：連載のねらい - 三菱総合研究所

<https://www.mri.co.jp/knowledge/column/20160120.html>

20 M&A後の知財統合プロセス：シナジー最大化の手法 | PatentRevenue

<https://patent-revenue.iprich.jp/%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%90%91%E3%81%91/1908/>

21 [PDF] M&Aにおける知財部門のマネジメントについて

http://www.jipa.or.jp/kaiin/kikansi/honbun/2011_06_801.pdf

24 [PDF] 知的財産推進計画2024

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryuu2.pdf>

26 [PDF] 知的財産報告書 2024 - Asahi Kasei Corporation

https://www.asahi-kasei.com/jp/r_and_d/intellectual_asset_report/pdf/ip_report2024.pdf

- 27 PowerPoint プレゼンテーション
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/wg_contents/dai1/pdf/siryoku3.pdf
- 28 29 【プレスリリース】 ライセンシング・インターナショナル、2023年度のライセンス業界のグローバルな売上概要を発表 | ライセンシングインターナショナルジャパン
https://licensing.or.jp/20230613_survey/
- 30 The *NEW* Cool Japan Strategy - Tokyo FinTech - Medium
<https://medium.com/tokyo-fintech/the-new-cool-japan-strategy-091dfe160798>
- 31 データ利活用のポイント（知的財産・知的資産として取り扱う上で ...
https://www.murc.jp/library/column/sn_231020/
- 32 令和6年度中小企業の知財活用及び金融機能活用による企業価値向上 ...
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/chiiki-chusho/r6-chusho-chizaireport.html>
- 33 The Japan Patent Office — Aiming to Become the World's Leading ...
https://www.jpo.go.jp/e/toppage/movie/jpo/txt_en.html
- 36 37 知的財産戦略の立案とは？経営戦略との関係・知財管理体制の構築 ...
<https://keiyaku-watch.jp/media/gyoukaitopic/chitekizaisansenryaku/>
- 38 [PDF] Intellectual Property Report 2023 - Asahi Kasei Corporation
https://www.asahi-kasei.com/r_and_d/intellectual_asset_report/pdf/ip_report2023e.pdf
- 39 [PDF] the trend toward collaboration across industries and regions in
https://www.mitsui.com/mgssi/en/report/detail/_icsFiles/afiedfile/2024/02/01/2312q_ishiguro_e.pdf
- 40 Japan unveils 2025 IP strategy to climb global innovation rankings
<https://www.asiaiplaw.com/section/cover-story/japan-unveils-2025-ip-strategy-to-climb-global-innovation-rankings>
- 41 Japan plans to boost IP through AI and global talent
<https://dig.watch/updates/japan-plans-to-boost-ip-through-ai-and-global-talent>
- 42 Country Focus: IP Revolution – How Japan Formulated a National IP ...
<https://www.wipo.int/web/wipo-magazine/articles/country-focus-ip-revolution-how-japan-formulated-a-national-ip-strategy-35768>
- 43 44 45 インフレ、トランプ2.0とどう向き合うか？ 企業価値を向上させる“武器”としての「知的財産戦略」 | Japan Innovation Review powered by JBpress
<https://jbpress.ismedia.jp/articles/-/87229>