

カプコンの成長戦略における知的財産部門の貢献について調査します。具体的には、以下の観点を含めます。

- 特許や商標の戦略的活用
- 知的財産のライセンス供与や収益化
- 法務的な対策や訴訟戦略
- キャラクタービジネスやブランド展開
- グローバル市場での知財管理
- 経営戦略・事業戦略策定への知財部門の関与と貢献

調査結果をまとめ次第、お知らせします。

カプコンの成長戦略と知的財産部門の貢献

OpenAI Deep Research

概要:

カプコンはゲーム事業の成長において知的財産 (IP) を重要な経営資源と位置づけ、知財部門が戦略的役割を果たしています。特許・商標の活用からライセンス展開、法務対策、キャラクタービジネス、グローバルでの IP 管理、経営戦略への関与まで、知財部門は多角的に貢献しています。それぞれの観点について、最新の事例や業界動向を交えながら以下に詳述します。

1. 特許・商標の戦略的活用による競争力強化

特許戦略:

カプコンはゲーム関連の技術やシステムについて積極的に特許を取得し、競争優位性の確保に努めています。以前は業界内で特許件数や活用度が遅れていた状態でしたが、2020年に知的財産部を再編成し、開発現場と伴走する形で発明創出を支援する「次世代型知財部」へと変革しました ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#)) ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。知財部メンバー自らが発明者となり、他社と共同で特許出願するなど、社内外の知を集めて新たな価値創出に取り組んでいます ([知財は企業のブランド価値を上げられる](#)

[一 カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。例えば、ゲームの新機能やシステムに関する特許を取得することで他社による模倣を抑止し、自社タイトルの独自性を保護しています。また[競合他社の動向分析](#)や業界トレンドの把握を通じて、将来を見据えた知財戦略を立案し“次の一手”を打つことに注力しています ([知財は企業のブランド価値を上げられる 一 カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。このような戦略的な特許網の構築は、ゲーム開発における自由度を高めると同時に、他社との差別化につながっています。

商標戦略:

ゲームタイトルやキャラクター名などの商標も積極的に出願・保護しています。カプコンは過去の人気シリーズの商標も長期維持しており、1990年代に出願した「魔界村」や「バイオハザード(Resident Evil)」といったタイトル名の権利を現在も保有しています ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#)) ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#))。これは往年のブランドを再活用したりメイク・復刻販売や、新規ユーザーへのアピールに役立っています。また商標はゲーム関連以外の区分にも積極的に出願しており、キャラクターグッズやカフェ、イベント等におけるブランド名も保護しています ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#))。実際、カプコンはゲーム中心の事業ながら、アミューズメント施設運営やイベント展開も行っており、自社 IP を横展開して売上増と新規ファン獲得を図っています ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#))。こうした商標戦略により**「ワンコンテンツ・マルチユース戦略」** (後述) を支えるブランド管理体制が整備されており、グッズや他メディア展開時にも一貫したブランド価値提供が可能となっています。

2. 知的財産のライセンス供与と収益化戦略

ライセンスビジネスモデル:

カプコンは自社 IP を多面的に収益化するため、ライセンス供与によるビジネス展開にも力を入れています。ゲームタイトルの映画化やアニメ化、玩具・アパレル商品化など、[他企業への IP ライセンス供与](#)によってロイヤリティ収入を得るモデルは従来から存在します。例えば、「バイオハザード」シリーズは実写ハリウッド映画が 6 作以上制作され全世界でヒットし、映画からのライセンス収入や関連商品の売上増加に貢献しました ([カプコンの強み\(1\) 知的財 | よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#)) ([カプコンの強み\(1\) 知的財 | よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#))。また「ストリートファイター」もハリウッド映画やアニメ、コミック化されており、各種メディアからライセンス収入を得ています。近年では人気キャラクターを他社ゲームへゲスト出演させるケー

ス(例: 他社格闘ゲームや Fortnite へのキャラクター提供)もあり、これもライセンス収入とブランド露出の一環となっています。

長期的・戦略的な収益視点:

カプコン知財部は「単に権利をライセンスして終了」ではなく、**持続的な収益とブランド価値向上**を重視した戦略を掲げています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。奥山氏(知的財産部副部長)は「これからは知的財産そのものを売るのではなく、**アイデアを一緒に拡張して新たなプロジェクトを生み出す姿勢が大事**」だと述べています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。具体的には、特許をロイヤリティ目的で他社に供与するだけでなく、自社の技術アイデアを呼び水として**共同開発パートナー**を見つけることで、新規事業やサービスを創出することを目指しています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。その結果として、**新規事業からの収入やキャラクターライセンス収入など、特許ライセンス料以上の価値**が生まれると期待しています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。実際、知財部は社内外のアイデアを掛け合わせてゲーム以外の応用分野を模索しており、例えばゲーム技術の医療・教育分野への転用など社会課題の解決につながるプロジェクトも検討しています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#)) ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。このように**短期的収益より長期的な IP 価値最大化**を重視する方針は、**ブランド力強化と安定収益の両立**につながっています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。

3. 知財関連の法務対策および訴訟戦略

特許訴訟の活用:

カプコンは自社の重要技術を守るため、必要に応じて特許訴訟も辞さない姿勢を示しています。その代表例が**コーエーテクモゲームスに対する特許侵害訴訟**です。2014年にカプコンは、自社が保有するゲームシステム関連の特許 2 件(特許第 3350773 号および第 3295771 号)をコーエーテクモが無断使用しているとして提訴しました ([Capcom Wins Patent Infringement Lawsuit | Press Release | CAPCOM](#))。一審では一部特許のみ侵害が認められましたが、2019 年の知的財産高等裁判所において**両特許の侵害が認定され、約 1 億 4384 万円の賠償金**(約 1 億 3077 万円の損害賠償と弁護士費用等)をコーエーテクモに支払う判決が下されています ([Capcom Wins](#)

[Patent Infringement Lawsuit | Press Release | CAPCOM](#)) ([Capcom Wins Patent Infringement Lawsuit | Press Release | CAPCOM](#))。この勝訴により他社へ警鐘を鳴らすとともに、自社権利の価値を実証しました。カプコンは判決後の声明で「特許のライセンス供与など有効活用を促進しつつ、各タイトルの発明をしっかりと守っていく」と述べており ([Capcom Wins Patent Infringement Lawsuit | Press Release | CAPCOM](#))、安易な訴訟乱発ではなく業界発展とユーザー体験向上を念頭に置いた知財活用を掲げています。

クロスライセンスと予防法務:

攻撃的な訴訟だけでなく、争いを未然に防ぎ開発の自由度を高める戦略も取られています。2023年には株式会社コロプラとの包括的な特許クロスライセンス契約を締結し、両社のゲーム開発関連特許を相互に広範囲で利用可能としました ([株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結](#))。従来以上に幅広い権利を相互許諾することで、お互いの開発障壁を取り除き高品質なゲーム作りに専念できる環境を整える狙いがあります ([株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結](#))。カプコン側は、このクロスライセンスで得た特許技術を今後のタイトルに活用し、ユーザーに一層楽しんでもらえるコンテンツ提供を目指すとしています ([株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結](#))。このように他社と協調し合う法務戦略は、特許紛争による開発停滞リスクを低減すると同時に、新たな技術導入によるゲーム品質向上にも寄与しています。また商標・著作権の分野でも、模倣品や海賊版への法的対応をグローバルに行っています。例えばドメイン名の不正使用に対しては各国で法的措置を講じており、「residentevil.com」のドメインを巡る紛争では適切な法的救済を通じて自社ブランドを保護しました(米国 WIPO の仲裁事例など) ([Searching for a copyright? : r/COPYRIGHT - Reddit](#)) ([WIPO Domain Name Decision: D2000-0200](#))。さらに、明らかな海賊版ゲームや不正改造ツールに対しては、業界団体と連携した訴訟・差止めも行い、ユーザー保護とブランド毀損防止に努めています。総じてカプコンの法務戦略は、**「攻め(権利行使)と守り(リスク低減)」**の両面から知的財産の価値を守るアプローチと言えます。

4. キャラクタービジネスとブランド展開の知財活用事例

ワンコンテンツ・マルチユース戦略:

カプコンは創業以来培った多数の人気 IP を**「ワンコンテンツ・マルチユース」戦略で展開し、ゲーム以外の領域へ積極的に拡張することでブランド価値と収益の最大化を図っています ([カプコンの強み\(1\)知的財 | よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#))。具体的には、家庭用ゲームでヒットしたキャラクターや世界観を他メディアに展開

することを基本戦略と位置付けています ([Special Interview『CAPCOM』 | 知的財産学部特設サイト | 大阪工業大学 ADMISSION](#))。ゲーム発のコンテンツを映画、テレビアニメ、漫画、小説、舞台劇、キャラクターグッズ、遊園地アトラクション等へと多面的に広げることで、総合エンターテインメント企業としてグローバルに事業拡大してきました ([Special Interview『CAPCOM』 | 知的財産学部特設サイト | 大阪工業大学 ADMISSION](#))。例えば、「モンスターハンター」シリーズはゲームが世界的ヒットとなった後、ハリウッドで実写映画化されグローバルな認知を獲得しました。また「逆転裁判」は実写映画やテレビアニメ、舞台劇に展開し、新規ファン層の開拓に成功しています。これらのクロスメディア展開**において知財部門は契約交渉や許諾業務を担い、各メディアでキャラクターのイメージや権利が適切に守られるよう管理しています。

キャラクター商品の展開:

ゲームキャラクターを活用したマーチャンダイジングも重要な収益源です。カプコンは自社直営のキャラクターグッズショップやカフェ(例:カプコンカフェ)を運営するとともに、フィギュア、玩具、衣料品など幅広い商品カテゴリーでライセンス展開しています。商標戦略でも触れたように、グッズやイベント関連の商標を押さえておくことで、ファン向け商品を多角的に販売する土台を整えています ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#))。人気シリーズの発売に合わせて限定グッズを発売したり、外部企業とコラボしてアパレル商品(例:ユニクロとのコラボTシャツ)を展開するなど、IPを使ったブランドビジネスを世界各地で展開しています。さらに、近年盛り上がりを見せるeスポーツ分野でも、自社タイトルの大会(カプコンプロツアーやストリートファイターリーグ)を開催し、周辺ビジネスとしてグッズ販売やスポンサー収入を得ています()。こうしたキャラクタービジネスの成功事例は、自社IPの世界観と顧客接点をゲーム以外にも広げることでファン層を拡大し、結果としてゲーム本編の売上向上にも寄与するという好循環を生んでいます ([カプコンの強み\(1\)知的財 |よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#)) ([カプコンの強み\(1\)知的財 |よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#))。

5. グローバル市場での知財保護と展開戦略

各国での権利取得と維持:

カプコンは世界的にビジネスを展開する中で、各国・各地域で自社IPを保護すべく権利管理を徹底しています。主要市場ごとに商標・特許・著作権の出願登録を行い、「カプコンブランド」を各国で確立する戦略を取っています。例えば、代表作の英語タイトルやロゴについては北米・欧州・アジアで商標登録し、現地パートナーと協力して侵

害品の摘発や模倣防止活動を展開しています。また、中国市場のように特殊な商標事情がある地域にも対応しています。実例として、「ストリートファイター(街頭霸王)」の中国語商標を巡っては、中国当局から“不良影響”との理由で出願が一旦拒絶されましたが、カプコンは異議申立てと裁判で正当性を主張し、現地での商標保護を試みています ([Capcom's Application For The Chinese Name Of Street Fighter In Class 41 Was Refused Again – Trademark – China](#)) ([Capcom's Application For The Chinese Name Of Street Fighter In Class 41 Was Refused Again – Trademark – China](#))。このように各市場の法制度や文化に合わせた知財対応を行い、グローバルで統一されたブランド展開を可能にしています。

海外における知財リスク管理:

海外展開に伴い高まる知財リスクにも積極的に対処しています。第三者による商標の不正登録(いわゆるトレードマークローリング)や、海賊版ゲームの流通といった課題に対し、必要に応じて法的措置を取るほか、各国のパートナー企業・法律事務所と連携して早期発見・排除を図っています。また社内的には開発段階での他社権利クリアランスを徹底し、海外企業の特許・著作権を誤って侵害しないよう教育啓発にも注力しています ([リスク情報 | 経営方針 | 株式会社カプコン](#))。万一係争が発生した場合にも迅速に対応できるよう、日米欧それぞれに拠点を置く法務・知財チームが連携しており、例えば米国で提起された訴訟(例:映画「ゾンビ」(Dawn of the Dead)との類似が指摘されたゲーム「デッドライジング」を巡る訴訟 ([WIPO Domain Name Decision: D2000-0200](#)))にも本社と現地法人が協調して対処しました。さらに業界団体を通じたロビー活動や、他社との情報交換による知財情勢のモニタリングも行い、海外での知財紛争の芽を事前に摘む努力をしています。これらの取り組みにより、「知的財産権の管理などもグローバル展開で大きな課題になる」という経営課題に応え、事業の国際的な継続成長を支えています ([\[PDF\] 保田博辻本憲三 - CAPCOM](#)) ([Special Interview『CAPCOM』 | 知的財産学部特設サイト | 大阪工業大学 ADMISSION](#))。

6. 経営戦略策定における知財部門の役割と貢献

経営層との連携:

カプコンでは知財部門が単なる法務支援ではなく、経営戦略の一翼を担う存在として位置づけられています。知財部門トップは法務・資産管理統括本部に属し、経営陣への報告ラインに入っており、重要な経営意思決定に知財の視点を提供しています。例えば、新規事業や提携の検討段階から知財部が加わり、競合他社の特許動向や権

利リスクの調査結果を経営層に提言するといった活動が行われています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#)) ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。実際、奥山氏は「競合はもちろん業界外のトレンドも追って次の手を打つ」ことに注力していると述べており ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))、こうしたインプットが経営方針や R&D 投資計画に反映されています。また、他社とのクロスライセンス契約や係争対応といった重要案件では、経営トップ(辻本社長)自らが press release でコメントを発し ([株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結](#))、知財戦略を経営戦略の一部として位置付けていることが窺えます。

開発現場・事業部との協働:

知財部門は社内の各事業部と密接に連携し、**事業戦略立案から実行まで伴走する体制を整えています**。2020 年の知財部リブランディング以降、知財部は開発部門を「社内の顧客」と捉え、上流の企画段階から新作ゲーム開発会議に参加したり、開発中に生まれたアイデアの権利化を支援したりしています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。単に「これは権利侵害の恐れがある」とブレーキをかけるだけでなく、**どうすれば安心・安全に面白いゲームを迅速に世に出せるかを一緒に考える姿勢に転換しました** ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。知財部が開発と二人三脚で課題解決に当たることで、新しい発想が生まれたり、問題発生時の対応もスムーズになる効果が出ています ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#)) ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。このような**デザイン思考的アプローチ**により、知財部は単なる権利管理部門から「知財デザイナー集団」としての役割を果たすようになっていきます ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))。つまり、知財を起点にビジネスの未来をデザインし、**企業理念である「カプコンブランド価値の維持向上」** ([知財は企業のブランド価値を上げられる — カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))という目的を実現するために創造的に貢献しているのです。

戦略策定への影響:

経営戦略・中長期計画の策定プロセスでも知財部門の知見が活かされています。市場での自社 IP ポートフォリオの強み・弱み分析や、他社 IP との競合状況、技術トレンドに関するインテリジェンスは、新規タイトル投資や IP リポート計画の判断材料となります。例えば、過去ヒットした IP を再活性化する際には、その名称商標が各国で保

護されているか、類似コンテンツが乱立していないか等の調査を経てゴーサインが出されます。知財部門はこうした分析を事前に行い、**経営会議において提案・進言**しています。さらに、近年重視される ESG や CSR の観点でも、知財部は**社会貢献活動に IP を活用する提案**を行っています。自社キャラクターを地域振興や教育啓発に貸与する企画は、その社会的インパクトだけでなく将来的なファン創出にもつながるため、経営戦略上も意義があります ([カプコンの強み\(1\)知的財 |よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#))。知財部はこのような IP の**社会的価値創造**にも寄与し、企業価値向上に貢献しています。

参考文献

- 【7】カプコン統合報告書 2017「カプコンの強み (1) 知的財産(IP)」より、グローバル展開する IP 戦略と言及 ([カプコンの強み\(1\)知的財 |よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#)) ([カプコンの強み\(1\)知的財 |よくわかるカプコン | 株式会社カプコン](#))
- 【15】知財タイムズ「カプコンのビジネス動向と商標分析」より、商標出願・維持状況と横展開戦略の分析 ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#)) ([カプコンのビジネス動向と商標分析【知財タイムズ】](#))
- 【23】知財図鑑「インタビュー: カプコンが目指す次世代型知財部のあり方」より、知財部門再編と開発部門との協働・伴走型支援への転換 ([知財は企業のブランド価値を上げられる - カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#)) ([知財は企業のブランド価値を上げられる - カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))
- 【36】知財図鑑 同インタビュー記事より、ライセンス収入以上の価値創出を目指す知財戦略(奥山氏の発言) ([知財は企業のブランド価値を上げられる - カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#)) ([知財は企業のブランド価値を上げられる - カプコンが目指す次世代型知財部のあり方 | 知財図鑑](#))
- 【32】カプコン公式プレスリリース「Capcom Wins Patent Infringement Lawsuit」(2019年9月11日)より、特許訴訟(コーエーテクモ案件)勝訴の結果と方針表明 ([Capcom Wins Patent Infringement Lawsuit | Press Release | CAPCOM](#)) ([Capcom Wins Patent Infringement Lawsuit | Press Release | CAPCOM](#))
- 【24】カプコン IR ニュース「株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結」(2023年3月31日)より、クロスライセンス契約の概要と目的

[\(株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結\)](#) [\(株式会社コロプラと包括的な特許クロスライセンス契約を締結\)](#)

- 【28】カプコン IR「リスク情報」より、知的財産に関するリスクと対応策(各国での権利管理と社内啓発) ([リスク情報 | 経営方針 | 株式会社カプコン](#))
- 【30】Beijing East IP Law Firm 解説記事「Capcom の中国における商標申請事例」(2023年9月21日)より、中国での商標登録の課題と対応 ([Capcom's Application For The Chinese Name Of Street Fighter In Class 41 Was Refused Again – Trademark – China](#)) ([Capcom's Application For The Chinese Name Of Street Fighter In Class 41 Was Refused Again – Trademark – China](#))
- 【33】大阪工業大学 知的財産専門職インタビュー「CAPCOM 知的財産部 座談会」より、ワンコンテンツ・マルチユース戦略の説明 ([Special Interview 『CAPCOM』 | 知的財産学部特設サイト | 大阪工業大学 ADMISSION](#))
- 【34】同上インタビューより、海外市場拡大に伴う権利管理の重要性に関する言及