

## 日本知財学会第 10 回年次学術研究発表会 セッションレポート

※2013年2月20日に一部加筆・修正しました。

1. 作成者	知財 PeCo 中川菜子 (ARKRAY 株式会社 研究開発部 IPS チーム) 八木孝雄 (大塚製薬株式会社 知的財産部)
2. テーマ	デザイン・ブランド戦略分科会セッション
3. レポート	<p><b>1. 意匠政策紹介 (山田 繁和 氏)</b> デザイン戦略と意匠制度の活用について、意匠法の改正を見据えた意匠活用事例の紹介。アセアン諸国において多数見受けられる日本製品の模倣品は、早ければ発売1～2ヶ月で発見され1年以内に50%は市場に出てくるので、意匠による保護が重要になる。意匠保護の成功事例として、ミツカンの納豆パッケージ意匠、超立体マスク意匠、フランスパン工房のお菓子の波模様の意匠、ワコールのサポーター (機能・構造的なデザイン) を紹介。特許と意匠の組み合わせ、役割分担も提唱。</p> <p><b>2. モノづくり企業を活性化する4つの秘訣 (高崎 充弘 氏)</b> 「M」arketing でユーザーのニーズの収集と選択を行い、「P」atent 対策をとり、機能価値・情緒的価値を「D」esign して完成製品を積極的に「P」romotion する。「MPDP」の4つの要素の要素が、大ヒットのための必要十分条件である。MPDPの融合による大ヒット事例として、(株) エンジニアの工具「ネジザウルス」や「鉄腕ハサミGT」を紹介。</p> <p><b>3. 基調講演 (妹尾 堅一郎 氏)</b> 今世界を動かしているのは、「知的創造サイクル (創造→保護権利化→活用)」に則った技術王道型モデルではなく、事業覇導型モデル (イノベーション→競争力デザイン→技術・知財調達) である。後者の代表例として、Steve Jobs の「ワクワクするものの調達」が挙げられる。方法論としては、デザインドリブンイノベーションを提唱する。技術を活かすデザインが競争力になる。今後は、技術と芸術の融合に向かうべきである。</p>

#### 4. パネラーによるプレゼン

- ① 杉光一成氏：意匠法、著作権法等のデザイン関連法を総合的に考えデザイン全体の保護を考えるデザイン法研究会の紹介。
- ② 上條由紀子氏：「技術」を「ブランド化」する事により技術を魅せる化するテクノロジーブランディングの説明と事例紹介（ドルビーラボラトリー（音響技術）、インテルインサイド（マイクロチップ）、プラズマクラスターなど）。
- ③ 玄場公規氏：デザイン・ブランド戦略の先進事例紹介。I N A X-社名の変更時にデザイン・ブランド戦略、製品開発戦略を一新。西陣織組合-高いブランドを維持するための活動遂行。他、ユニチャームの超立体マスクや、三菱電機の上記レスIHの説明。経営戦略・製品開発戦略・知財戦略と一体となったブランド戦略の提唱。
- ④ 小田哲明 氏：地域ブランドの地域団体商標による保護事例。今治タオル、泉州タオル、灘の酒の事例紹介。地域ブランドは品質保証機能が重要であり、組合内のやる気・競争を促し、組合内外の連携が必要である。
- ⑤ 橋本正洋 氏：司会が中心でプレゼンはなし

#### 5. パネラーの総括コメント

デザインも技術も日本製品が最も優れているにも関わらず勝てないのは、戦略が足りないせいではないか（山田繁和 氏）。

デザイン一本技でなく、合わせ技のデザインが必要（妹尾堅一郎 氏）。

以上