

【日本弁理士会 知財ビジネスアカデミー講座】

なぜ知的財産がマーケティングの 最強ツールと言えるのか？



担当
講師

・担当講師

杉光 一成(すぎみつ かずなり)

金沢工業大学大学院イノベーションマネジメント研究科教授

医学博士・工学博士・弁理士

実施日程	2025年12月 1日(月) 13:00～16:15
実施場所	弁理士会館(千代田区霞が関3-4-2) ※本講座は現地集合での実施となります。
受講料	全1回:会員5,000円、非会員10,000円(税込・テキスト代込)
概要 ねらい	<p>マーケティングの巨匠フィリップ・コトラー博士は、「知的財産」がマーケティングの重要なツールとなる、といふ講演者の仮説に賛同を表明してくれた。博士との議論をきっかけに、さらに研究を進めて書籍化した結果、コトラー博士から想定外にも推薦文を頂くことができた。本講演は、その書籍に記載された成果物たる理論と実践を体系的に紹介するとともに、書籍では記載していない新たな事項にも言及する。</p> <p>従来、知財はコンプライアンスの視点から「守る」ための領域と見られがちだった。しかし、実際には企業の市場戦略、とりわけ中長期的な市場の維持・拡大や新市場創造という「マーケティング」に直結する機能を持つ。知財権は独占排他性により他社参入を抑制し、特許情報は競合の強み・弱みの把握や事業環境分析に活用できる。近年注目される「IP ランドスケープ」はその代表例である。</p> <p>さらに、意匠や商標を含む「知財ミックス」による長期的差別化の維持、標準化やオープン＆クローズ戦略といったマーケティング周辺領域との連動など、知財の活用領域は広い。</p> <p>本講演では、知財がマーケティングにツールとしてどう貢献し得るのかを多様な事例とともに示す。参加者は、知財を法的視点ではなく、企業価値向上と競争優位確立のための実践的なツールとして捉え直す視点を得られるだろう。</p>

	<p>講義形式</p> <p>講師: 杉光 一成氏(金沢工業大学大学院教授・弁理士)</p> <p>マーケティングとは(行動経済学との違い) マーケティングの究極目的 マーケティングと知財の共通点 マクロ環境分析と知財 ミクロ環境分析と知財 形式及び内容 (予定) 全社戦略と知財 事業戦略と知財 潜在ニーズ発見の手法 製品戦略への知財活用 ブランド戦略と知財 セグメンテーションと知財活用 IP ランドスケープ M&A・アライアンスへの応用 新規用途開発における知財活用と事例紹介 その他</p>
参考図書	<ul style="list-style-type: none"> ・「マーケティングの最強ツールは知財である」(2024年 中央経済社) ・“Intellectual Property as a Marketing Tool”(論文) <p>http://www.ipaj.org/bulletin/pdfs/JIPAJ13-3PDF/13-3_p004-014.pdf</p>

講師 略歴	<p>◆杉光 一成氏(金沢工業大学大学院教授・弁理士)</p> <p>東京大学大学院(法学)修士課程修了、東北大学大学院(工学)博士後期課程修了。東京慈恵会医科大学大学院は博士課程修了。工学博士、医学博士。電機メーカー知的財産部、特許事務所、経済産業省「産業競争力と知的財産を考える研究会」委員等を経て、現職に至る。保有資格として、弁理士、主な著書(編著・共著含)として「意匠法講義」「知的財産法を理解するための法学入門」、「知的財産管理 & 戰略ハンドブック」などがある。日本工業所有権法学会正会員、著作権法学会正会員、日本知財学会正会員、日本マーケティング学会正会員、日本弁理士会会員。社会的貢献として、経済産業省委託事業(平成 17 年、平成 18 年)「知財人材のスキルの明確化に関する調査研究」リーダーとして「知財人材スキル標準」を開発、参議院・絏済産業委員会調査室・客員研究員(平成 18 年 9 月～平成 19 年 3 月)、知的財産教育協会・専務理事(平成 17 年～現任)、東京大学未来ビジョン研究センター・客員研究員(シニア・リサーチャー)等がある。2008 年 6 月には(財)機械産業記念事業財団の第 1 回知的財産学術奨励賞において会長大賞、2009 年 4 月には経済産業省から「知財功労賞」(特許庁長官表彰)をそれぞれ受賞。</p>
注意事項	本講座は、日本弁理士会の「継続研修」の単位認定対象講座です。(3単位)