

2012年6月7日(木) 8:00~10:50 第8回

・本日の小咄(担当者:松浦)―「ゲーム機、スマホと融合(2012.6.6 日本経済新聞)」

5日に米ロサンゼルスにて世界最大規模のゲーム見本市「E3」開幕する。そこでマイクロソフトはスマホなどで家庭用ゲーム機「Xbox360」が操作できるようにすると発表。「ハードの伸び悩み+絶好調のスマホ」で挽回を狙う。対象スマホは現在ソニーのみ。具体的にどうなるかは不明。しかし単純な融合は出来ないのではないかな? ソーシャルゲームは隙間時間を狙っている。そのため今後ゲームは形態が多様化するだろう。

・輪読(担当者:加藤)―「第3章 スピンオフ・スピニアウトの補足」

親会社の一部事業の切り離し方―スピンオフとスピニアウト

スピンオフ:元企業との資本関係のある程度維持している場合。子会社的位置づけ。そのため業績が良ければ親会社に戻せる(≒お試し期間)。親会社の資源を利用して独立性を持たせ、迅速な意思決定が可能だが利益が出にくい。見かけ上は別会社なので形態(勤務体系など)は自由。成功事例として豊田織機からのトヨタ自動車。

⇒企業内VB:親会社内に一部署を作る形なので企業ルールに乗っ取って運営。

スピニアウト:完全に親会社から切り離して独立した別会社。親会社の制約に縛られず事業展開出来るが、販売チャンネルや資源が活用できない。しかし実態として儲かるまでは親会社から給与を貰っている場合がある。成功事例として西友からのファミリーマート。

日本人は保守的である。そしてアメリカは利益を投資家に還元する環境に対し、日本は利益を内に還元する環境になっている。以上の理由により日本では上記の形態はあまり見られない。しかし銀行からの資本調達主体から投資主体へと移り変われば日本でも実現可能性がある。

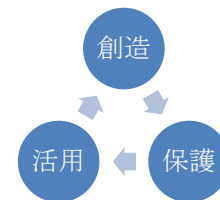
・輪読(担当者:Apple班)―「第9章 知財戦略と活用 知財の創造、保護、活用と各ステージのマッチング」

先行特許(知財の保護)

日本では...

バブル崩壊以前:欧米特許を使用する設備重視型の高品質低コスト製品。

これから:事業成功のために知的創造サイクル(右図)の必要性。



・国による特許認定期間の違い:日本9年/米3年 他国にも申請

・開発ステージは通常収束ステージであるが、知財に関しては発散ステージである。この発散を行うことで、継続的な開発アイテムを持った新規事業へと拡大生産が出来るベースとなる。

・知財戦略による先導が死の谷を突破する一助となる

・不確実性の高い知財評価法:インカム・マーケット・コスト等の多様なアプローチが必要。

・ポートフォリオ・マネジメント―開発・事業化に適合したリスクマネジメント。この分析により特許位置の視覚化、強みと弱みの発見が可能。方法としては、特許マップ(定量的分布)・技術相関分析・サイテーション分析(引用度の明確化)・トリアージュ分析(自社で使われていないものが他社でどのくらい役立つか)。

・開発ステージにおいて先駆的・発散的確保や、他社との関連チェックが重要。知財関係者はサポーターからプレーヤーになるべきである。

・日本のものづくり基盤は中小企業が支えている。中小の知財戦略を中小企業庁による支援が開始(ex.特許申請料の減額)。

・他社との差別化には特許やノウハウを保護し活用することが重要。特に中小やVBは。

・日本における弁理士の数 5700人であるがもっと必要。米では約3万人。欧州では8000人存在する。現在増加中で今年の3月時点では7000人に到達。

・早稲田大学も重要性を認識しており、社会人向け知財リーダー教育プログラムを開講中。

※次回から発表用PPTをPDF化してFBにアップすること!