

デザイン経営と知的財産

2020年11月9日(月)

特許業務法人

HARAKENZO

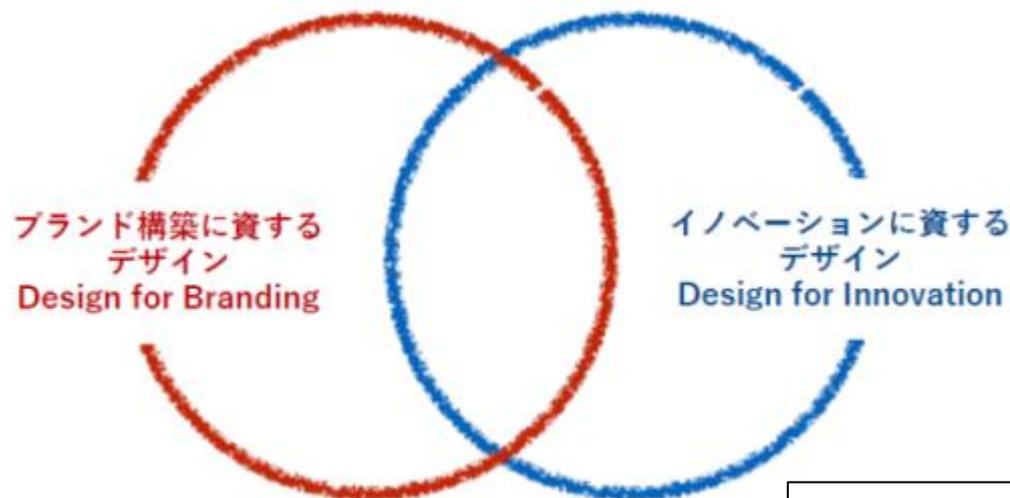
WORLD PATENT & TRADEMARK

広島事務所代表 弁理士 竹野 直之

特許庁の「デザイン経営」宣言

特許庁：産業競争力とデザインを考える研究会
2018年5月23日

「デザイン経営」は、ブランドとイノベーションを通じて
企業の産業競争力の向上に寄与する



特許庁「デザイン経営宣言」より

「デザイン経営」の必要性

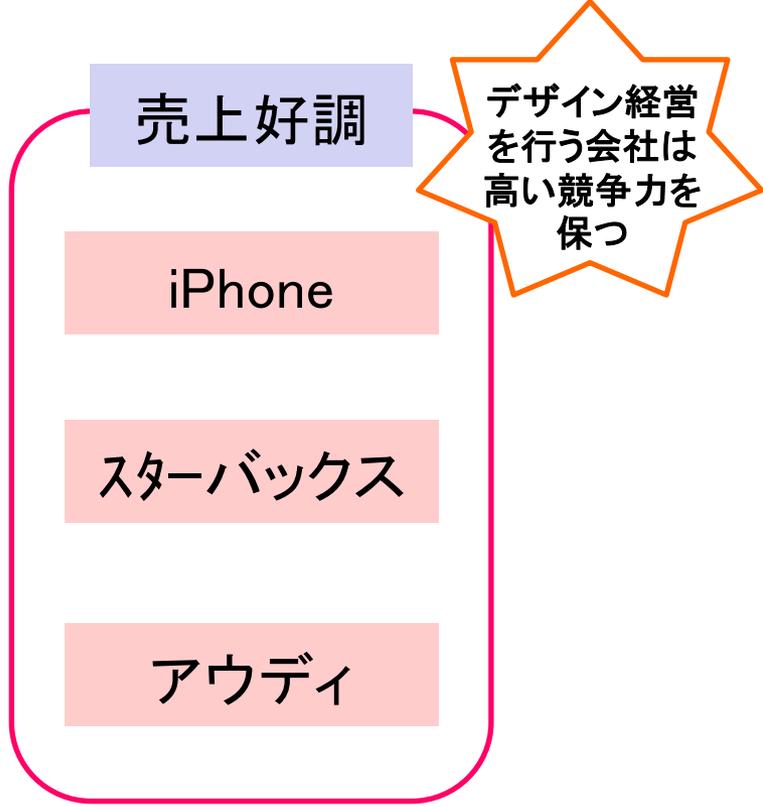
従来の経営手法
高度な技術・質の高い製品

技術だけでは
差別化
できない

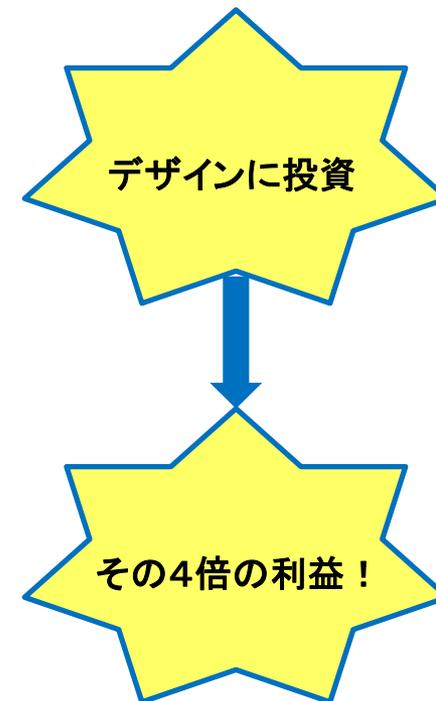
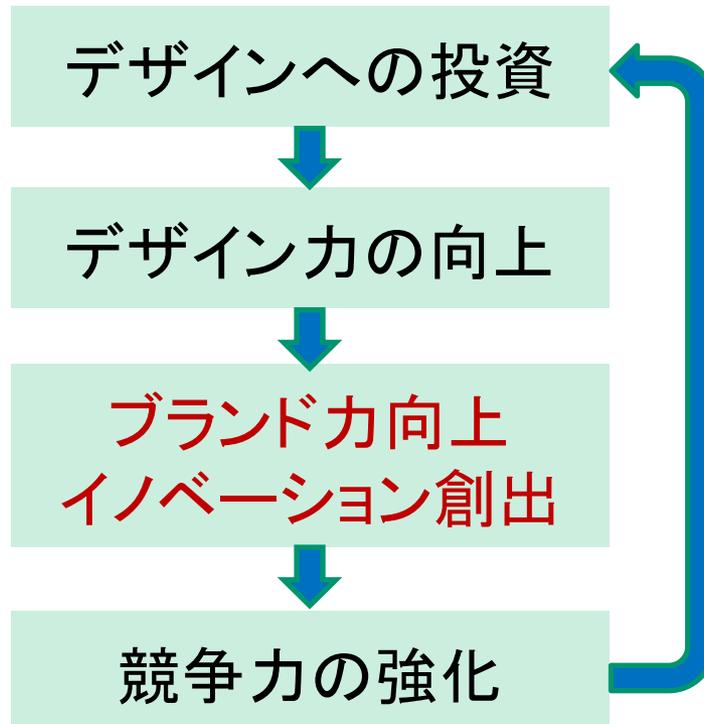
バブル崩壊

低価格商品
企業同士のコスト削減競争
後進国の企業との競争

業績の低迷



「デザイン経営」の効果



特許庁「デザイン経営宣言」より

「デザイン経営」の方法

世界の家電市場でシェアを拡大した企業の例

家電機器に**先進性のある外観デザイン**を施し、
その印象を製品ラインナップ全体・
パッケージ・店頭展回ウェブサイト・CMなどに
統一的に展開することにより、
洗練されたイメージのブランドを築いた。
この**デザイン駆動型**の
イノベーションとブランド構築が、
この企業を世界で**持される企業**に押し上げた

特許庁「デザイン経営宣言」より

「デザイン経営」の必要条件

デザイン思考と経営能力を併せ持つ人材が不可欠

美術系デザイナーは、会社経営の分野は不得意

経営チームは、デザイン分野が不得意



必要条件

①経営チームにデザイン責任者がいること

②事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること