

グローバル知財戦略フォーラム2016

「つながる工場」の 戦略的知財マネジメント

西岡靖之

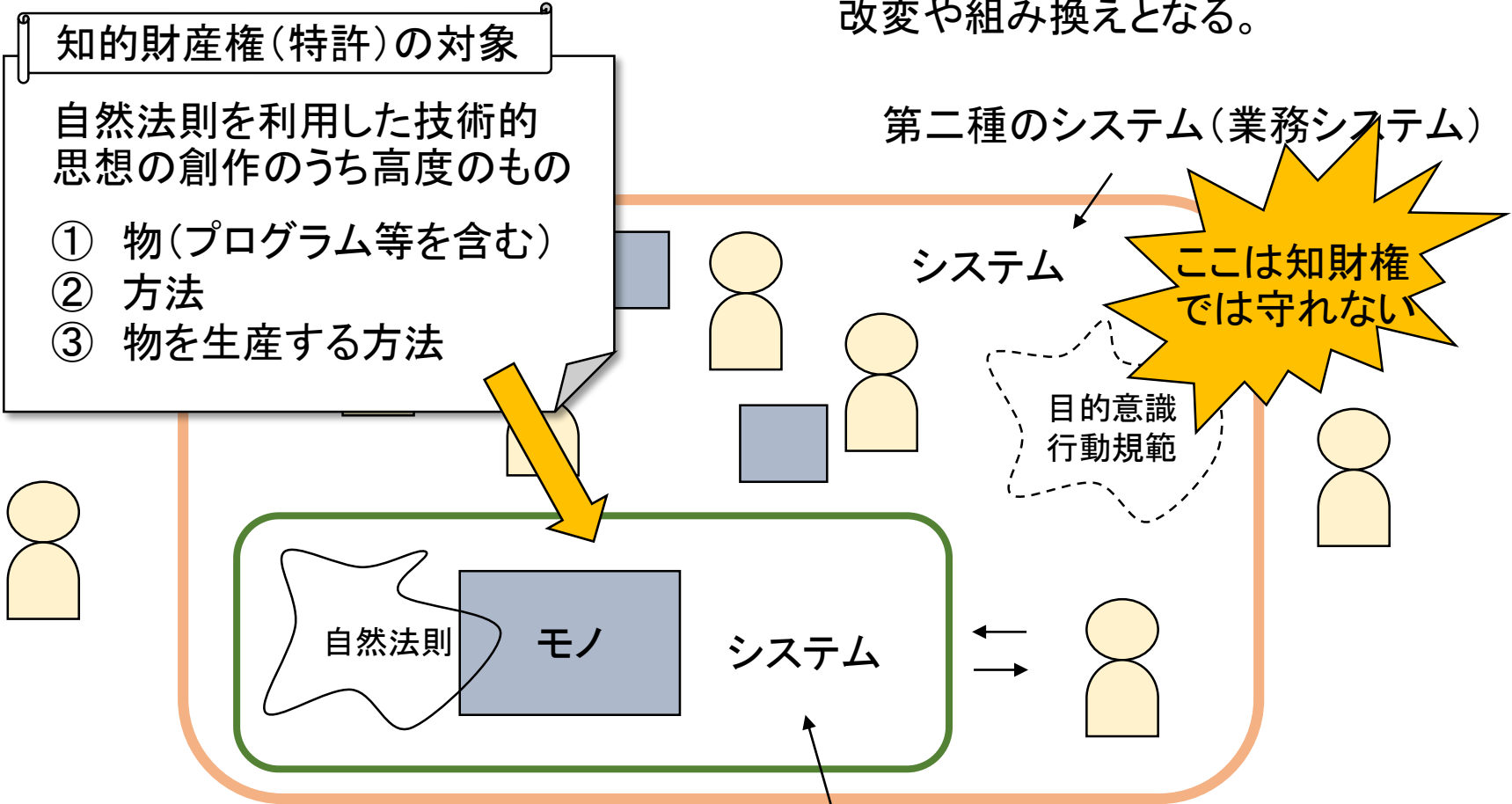
法政大学デザイン工学部 教授

インダストリアルバリューチェーンイニシアチブ 理事長

2016年1月25日

2種類のシステム

要素に人が含まれるので設計どおりに
いかない。自らの意図で自律的に変化
する。ゼロからではなく、現行のしくみの
改変や組み換えとなる。

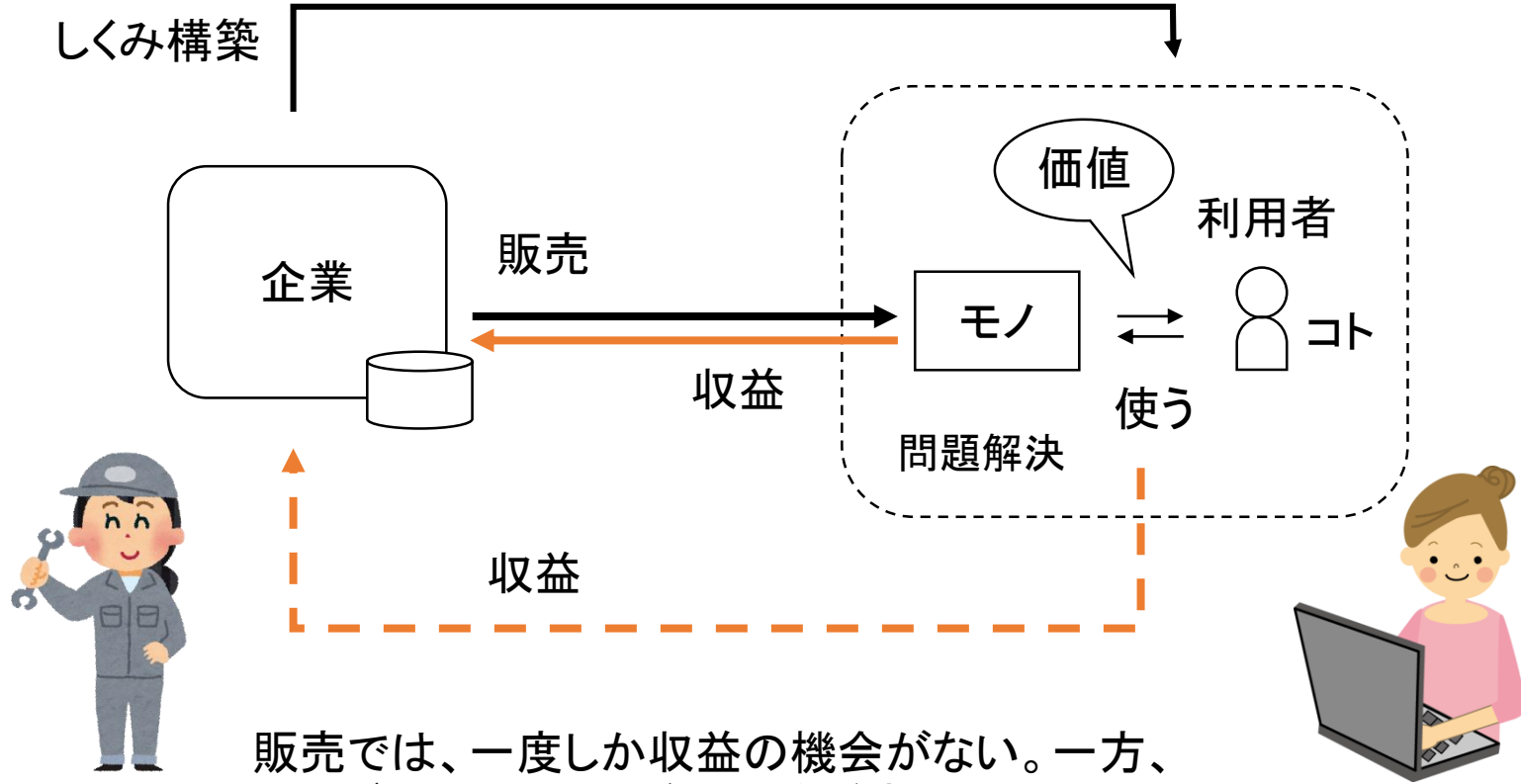


ゼロから作り上げることができる
自然界のばらつきの範囲内で
あれば再現性がある。

第一種のシステム(人工物システム)

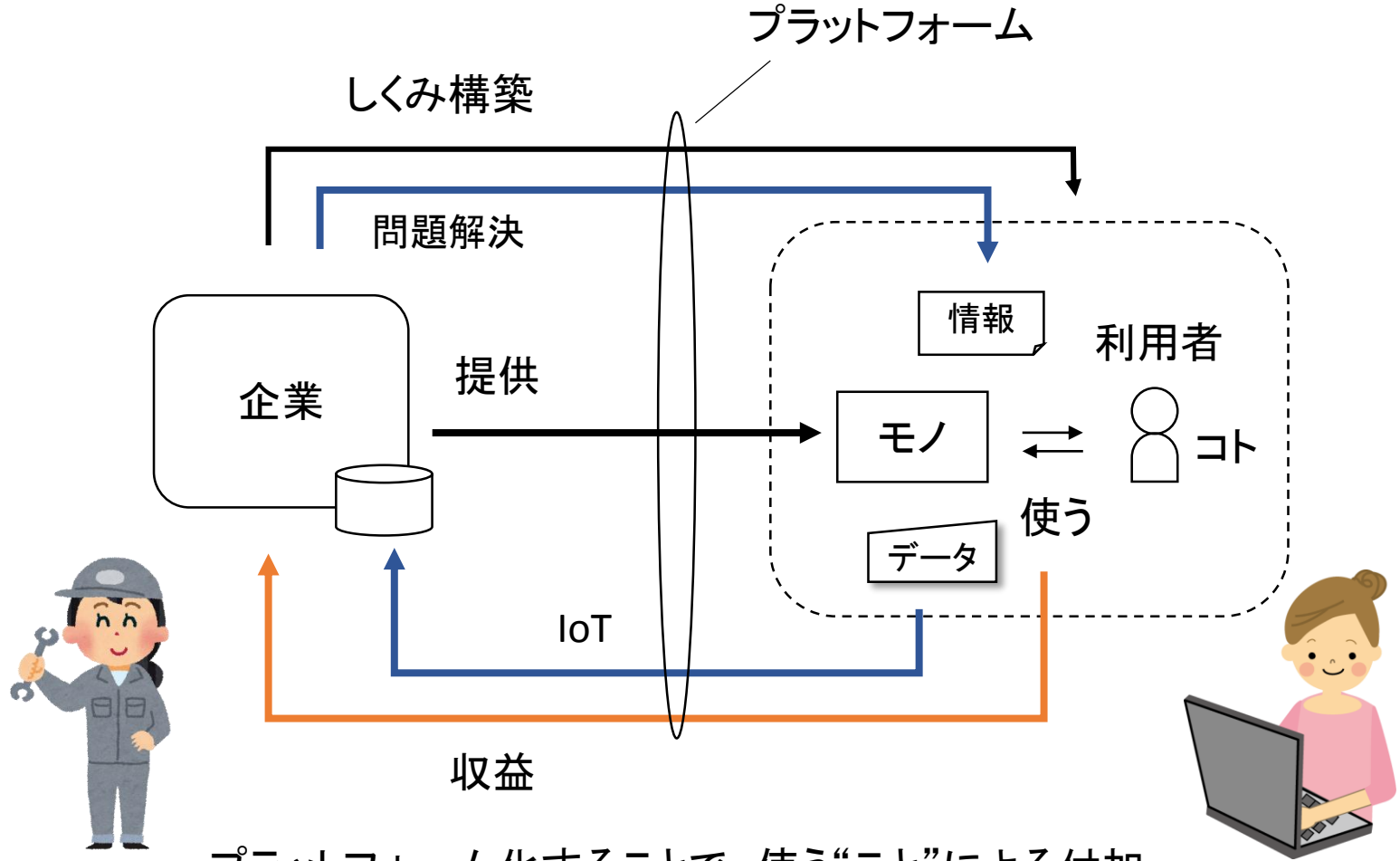
モノを売る企業 VS コトを売る企業

製造業(製造したモノを販売して収益を得る)
⇔ サービス業(利用時の付加価値により収益を得る)



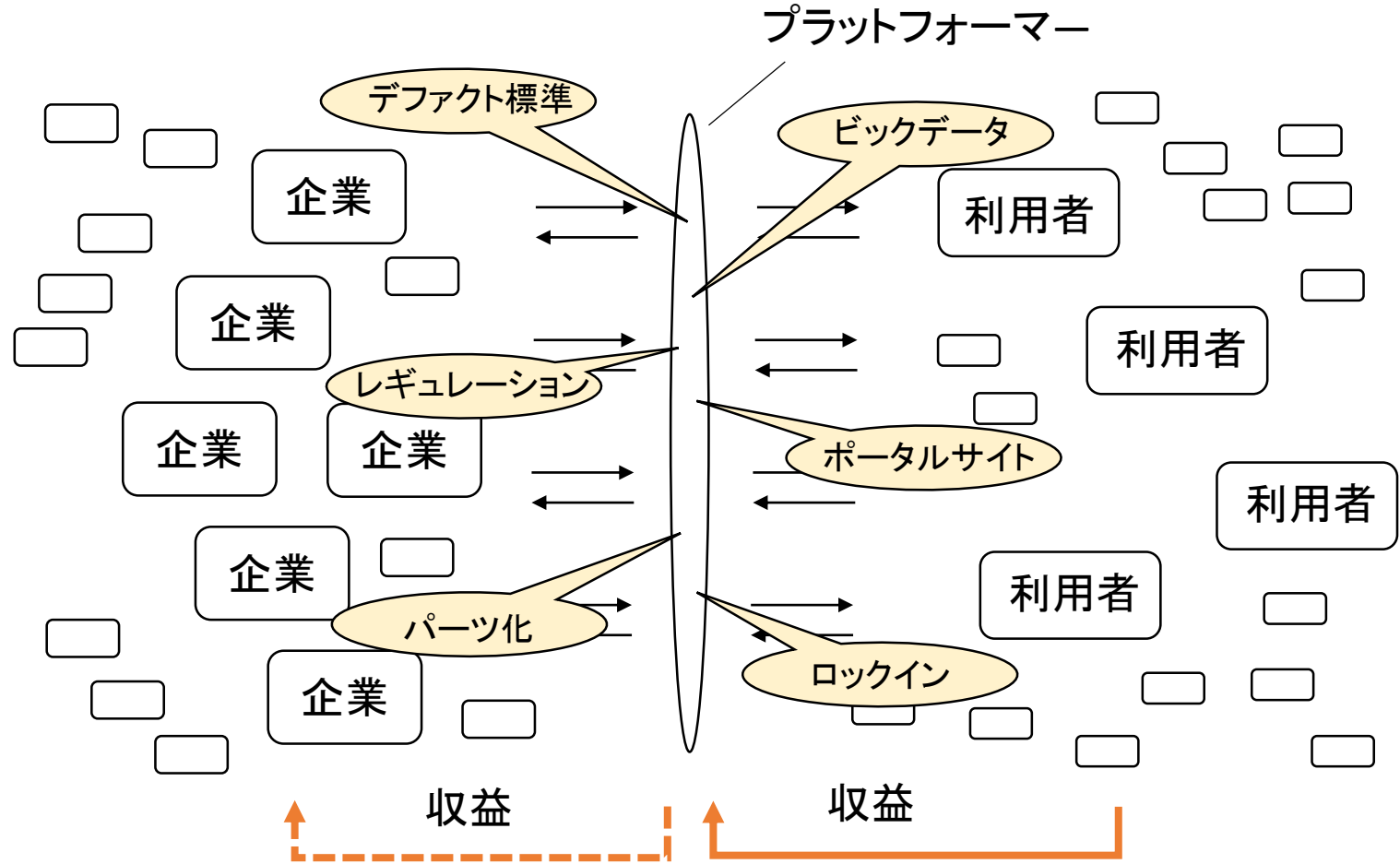
販売では、一度しか収益の機会がない。一方、サービスは、使うたびに収益が安定的に得られる。

継続的な関係の構築



プラットフォーム化することで、使う“こと”による付加価値に直接に課金することができるようになる。

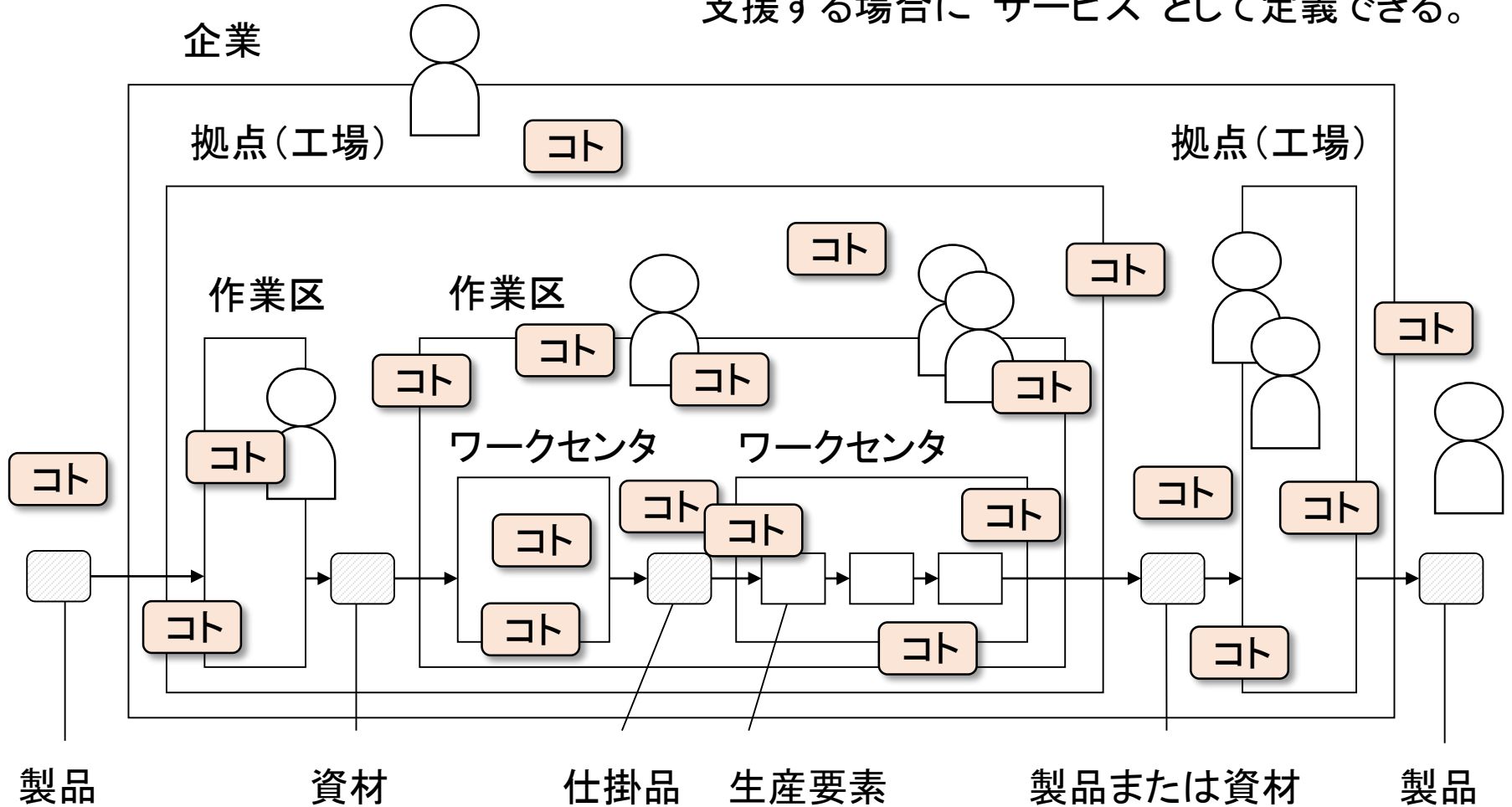
プラットフォームが市場を制する



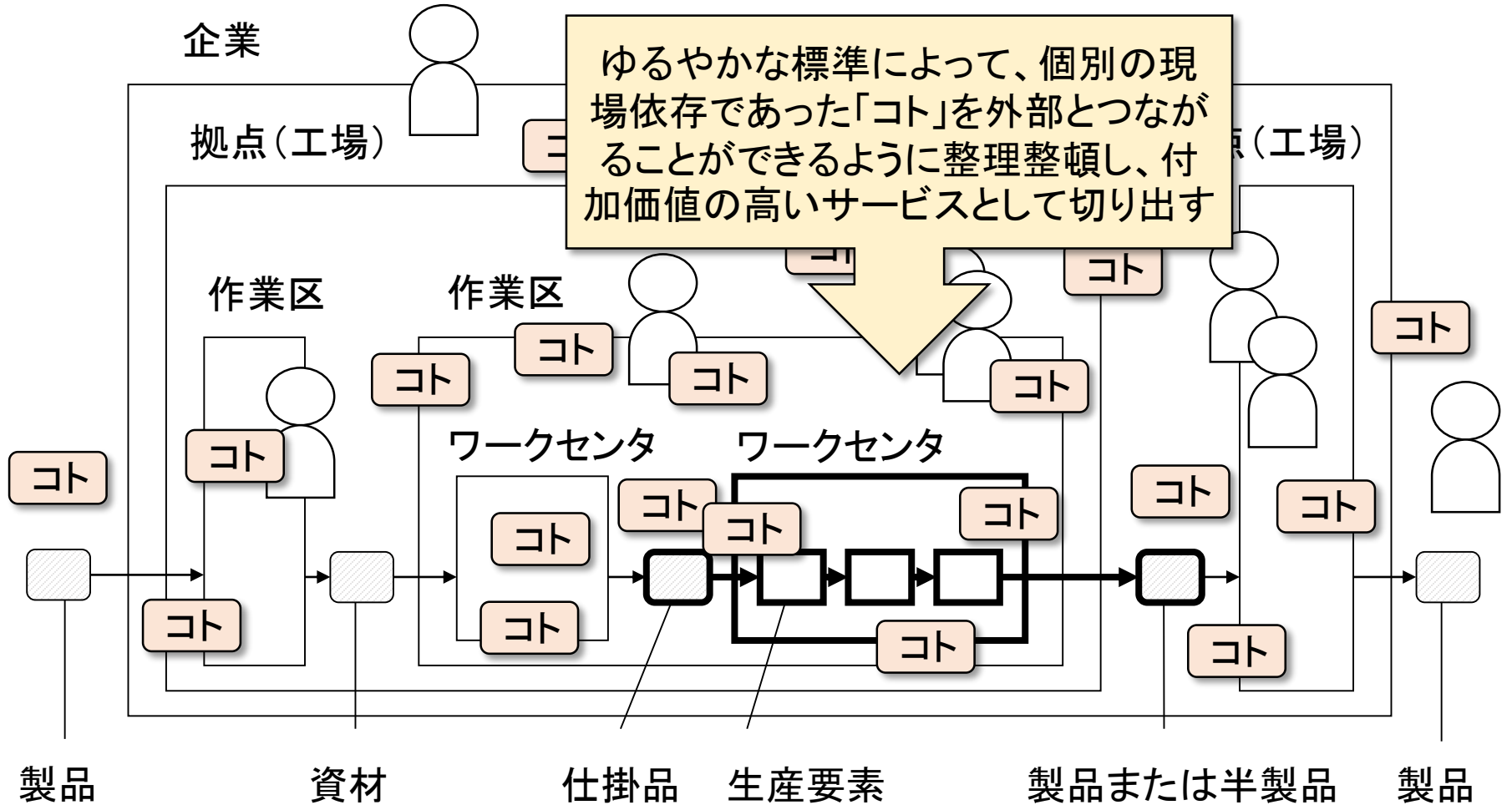
利用者側の多様性が増すほど、プラットフォームが要求されるようになり、プラットフォームが台頭する土壌ができ、やがてそれに支配される。

工場は“コト”（サービス）だらけ

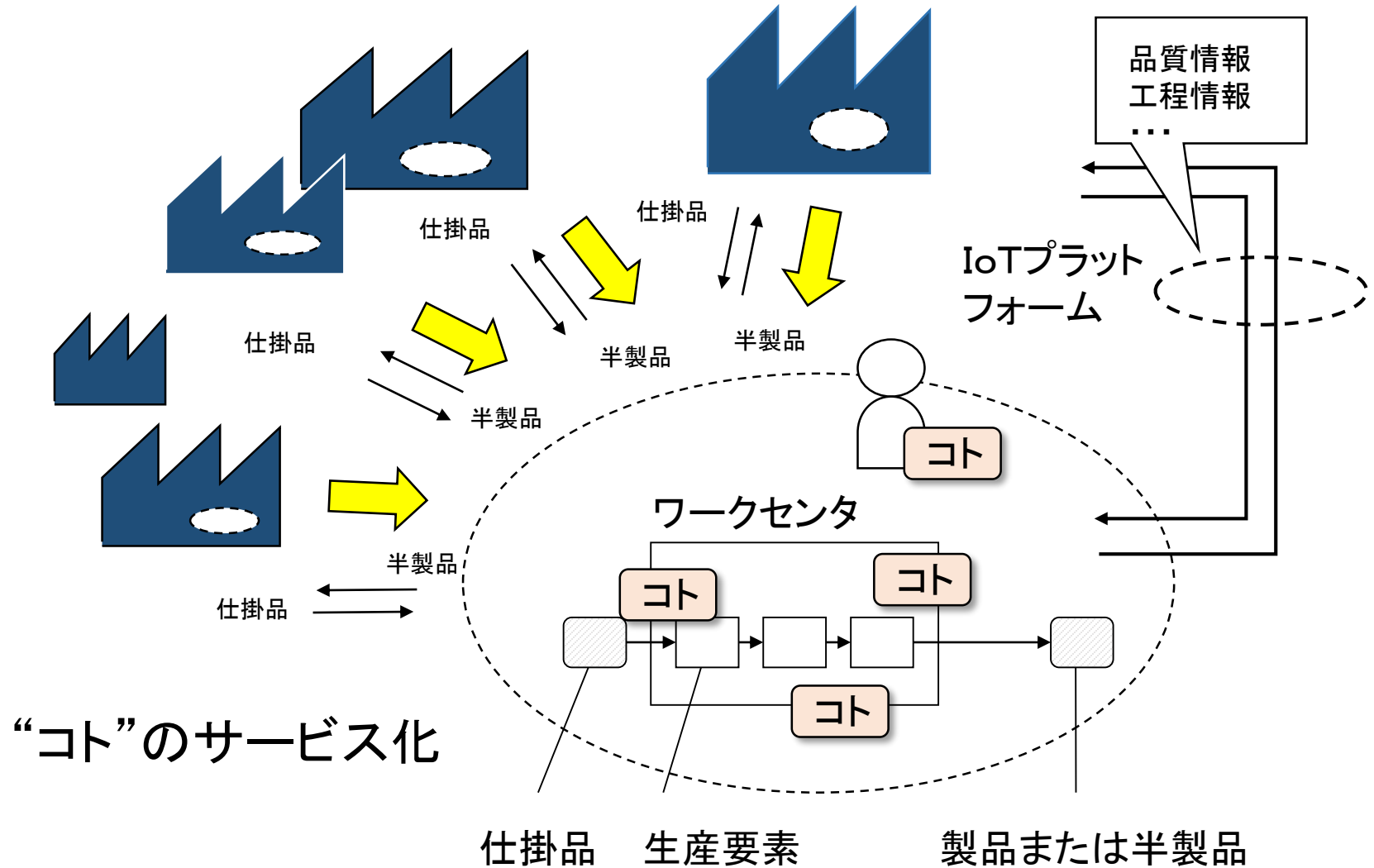
自分でやる“コト”を第三者が行うか、または支援する場合に“サービス”として定義できる。



工場は“コト”（サービス）だらけ



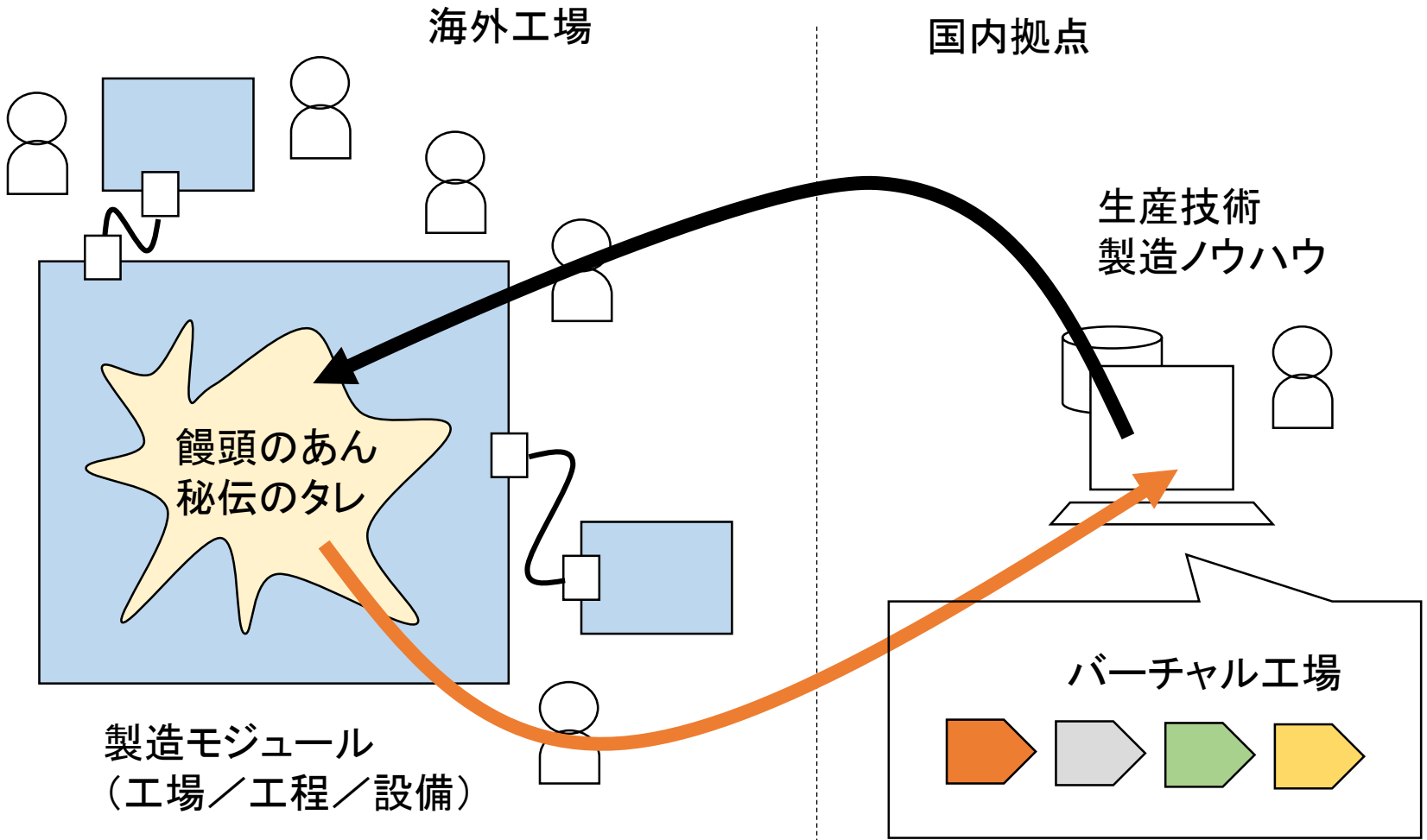
水平分業の構造



“コト”のサービス化

国内においても海外展開！？

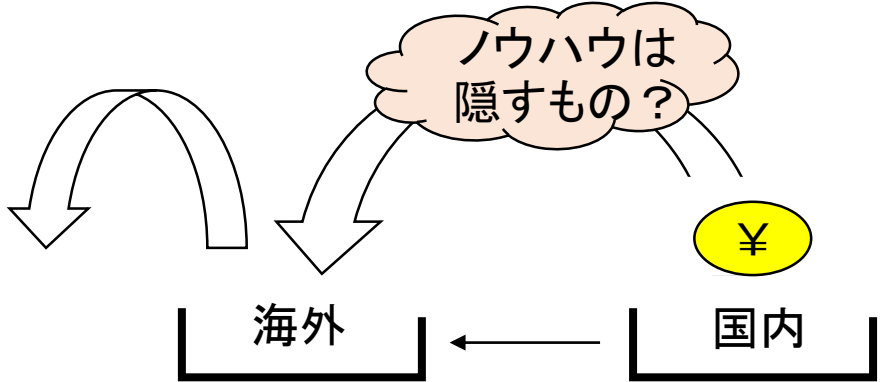
つながっていれば、国内／海外はボーダレス



饅頭モデル、秘伝のタレモデル

知財戦略と“伸びゆく手”

高度な日本のものづくりは
いずれ海外に流出する！

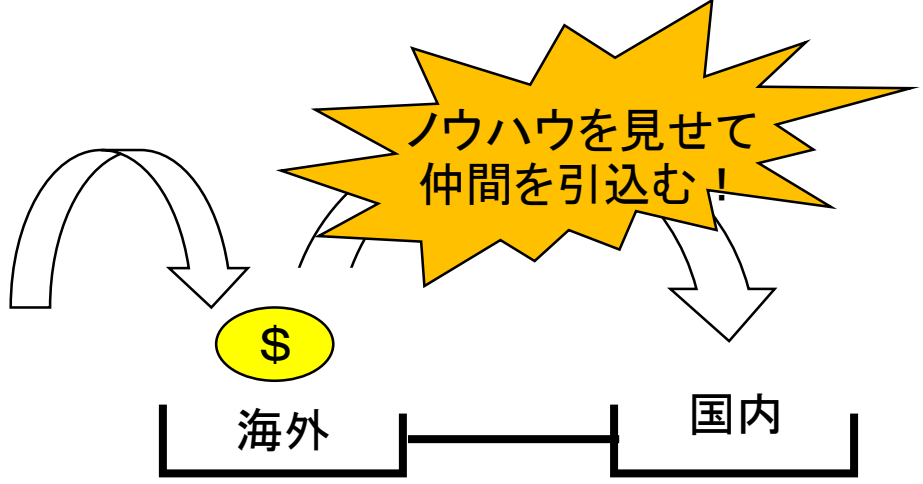


つながっていない場合

日本のものづくり

ならば
↓

海外でのものづくりで得られる付加価値を日本国内に還元するしくみをつくればよい！



つながっている場合

日本のものづくり

IoT時代の競争戦略

グローバルに展開されたデータのネットワークにおいて、データの経路(ハブ)を抑えることがビジネス競争上の優位を得る。

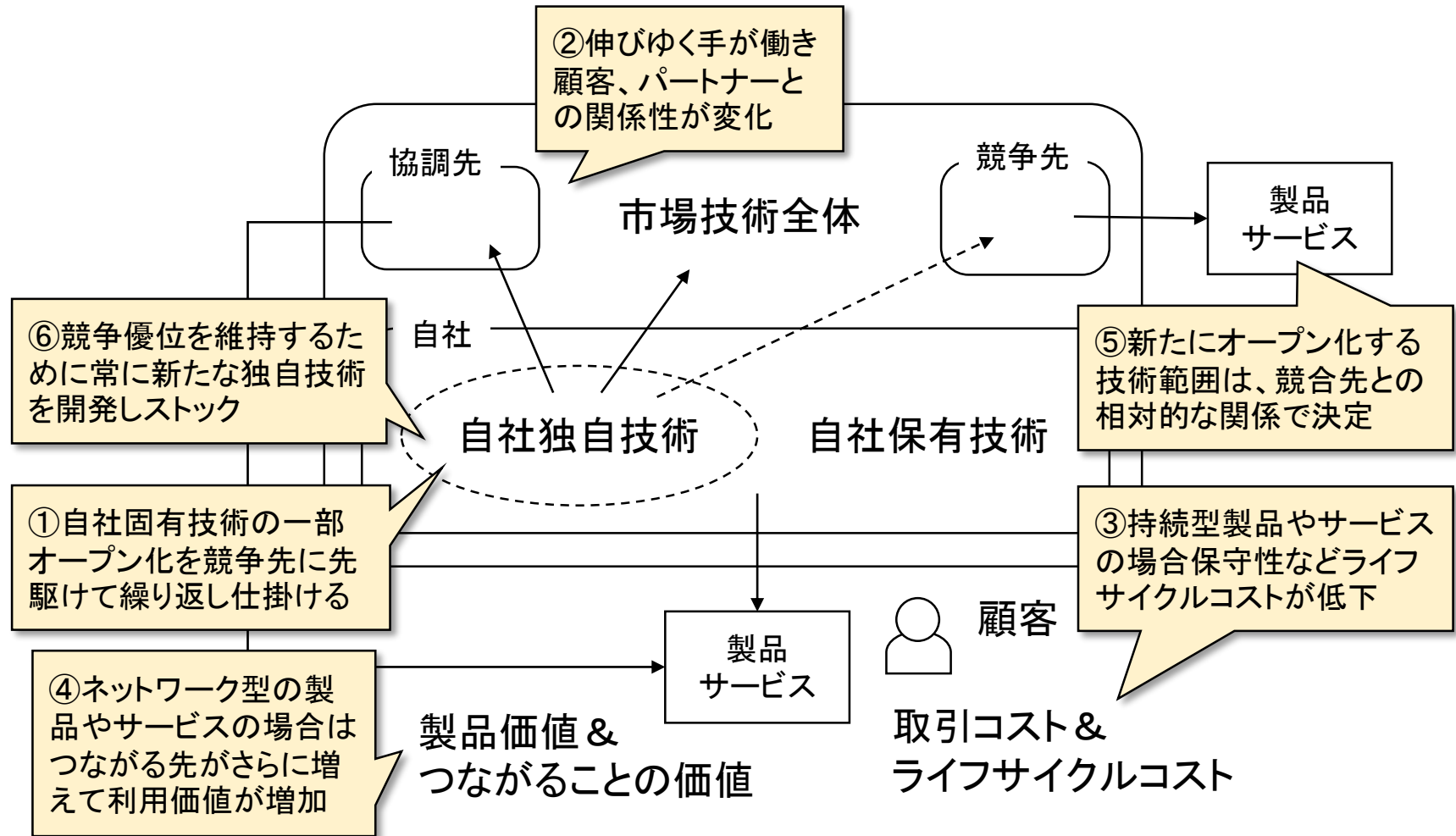
データやロジックは、ネットワーク構造を自社に優位なハブ構造となるよう仕向けるための手段であり目的でもある。

c.f.

伸びゆく手

知識、ノウハウは小出しにして、チラリ、チラリと見せながらシェアを拡大。(拡散スピードをコントロール)

伸びゆく手の使い方



つなげることが付加価値を生む！



インダストリアル・バリューチェーン・イニシアチブ

