



知的財産報告書 2023

目次

1 特集

- 1-1. 社外取締役メッセージ...3
- 1-2. 古河電工グループの価値創造プロセス...7
 - 活動事例① インフラレーザ...9
 - 活動事例② らくらくアルミケーブルシステム...11

2 トピックス

- トピックス① 令和5年度全国発明表彰「発明賞」受賞...14
- トピックス② 「第1回 NIKKEI 知財・無形資産シンポジウム」への協賛...15
- トピックス③ 「グローバル知財戦略フォーラム2024」での基調講演...15

3 知財経営推進

- 3-1. 古河電工グループの知財戦略...16
- 3-2. 知財ガバナンス：推進体制...17
- 3-3. リスクミニマム：知財リスクマネジメント...18
- 3-4. チャンスマキシマム：IPランドスケープ...19
 - コラム グループ・グローバルな知財活動...21

4 未財務情報／データ

- 4-1. 知的財産ポートフォリオ...22
- 4-2. 活動拠点での取り組み...23
- 4-3. 知財教育制度...24
- 4-4. 表彰制度...24
- 4-5. サステナビリティ指標 (IPランドスケープ実施率)...25

ご挨拶

知的財産報告書の発行にあたり、ご挨拶申し上げます。当報告書では、当社グループの価値創造プロセスにおける「知的資産の活用強化」の取り組みとともに、知財経営推進体制についてご紹介します。

私自身、知的財産部で10年勤務したことがあり、ビジネス・リーガル・テクノロジーの3つの観点、今というIPランドスケープで、全体を俯瞰するようになりました。社長就任後もこの経験を経営に活かしており、知的資産を活用することで競争優位を築くことができると確信しています。

当社グループは2025中期経営計画において、「既存事業の収益最大化」と「新事業創出に向けた基盤整備」を掲げており、その先の2030年のありたい姿として、社会課題の解決になくてはならない企業グループになることを目指しています。

企業活動を通じて創出された技術的、事業的な成果

を明文化し知的財産権として権利化する、もしくはそれらを公開せずノウハウとして秘匿し自社の事業に活かしていく、こうした活動は、経営にとって大変重要な基盤です。また、知財情報を戦略策定プロセスに取り込んで解析・活用するIPランドスケープ活動の重要性がより増しており、グループ全体の共創により活動を進めています。

2023年度の知的財産報告書をご覧いただき、当社グループの知財経営へのご理解が深まれば幸いです。

2024年2月
代表取締役社長
森平 英也



1 特集

1-1. 社外取締役メッセージ

IPランドスケープは戦略強化のために客観的な情報を提供するビジネスインテリジェンスとなり得る。取締役会での議論や意思決定に繋がる「攻めの知財」が、サステナビリティの柱になることを期待。

未財務である知財・無形資産を価値ある財務へ

大久保 当社グループの統合報告書 2022 で、取締役が『人材は将来の財務価値創造に繋がる“未財務”資本と捉えている』と発言されていて大変共感しました。知的財産も“未財務”資本であり、将来、財務に繋がっていくものですが、財務に転換していくプロセスが難しいと考えています。

籾 知的財産は使わなければ価値を生まず、事業になって初めて価値を生むわけです。今は財務にはなっていないけれども、数年後には必ずそれが財務の価値として実を結ぶような知財の活用、マネジメントが大事になると思います。

製造業としてお客様や社会のために価値あるものを提供しようという使命や真摯な姿勢というのは、言うまでもなくとても大切です。世の中の役に立つという貢献をもって利益を頂戴し、価値創造に見合った



籾 ゆき子 (やぶ ゆきこ)
社外取締役

対価をいただくことは当然のこと。当社が技術的な「強み」をベースに、どういう形でタイムリーにお客様の期待に応えていくのかということ、知財面からも深く考えていく必要があると思います。

私もパナソニックに入社後、5～6年は技術者として働き、その間、特許を取り、外部表彰などもいただいたことがあります。その頃は出願数を確保することに必死でした。しかし、発明や特許というのは、後に事業となり競争優位や収益が確保されてはじめて世の中に評価されます。当時は1980年代でしたが、これからは目に見えるモノ（製品）だけではなく、制御方式などのソフトが重要になると実感しました。21世紀になって、有形資産と無形資産の割合が完全に逆転しています。知的財産も、ブランド、データ、デザインなどと同様に、これから無形資産としての重要性が高まるなかで、どのように権利として保有、活用していくかが課題になっていくと思います。

また、経営者には、マーケティングに対する感性が必要だと思っています。マーケティングとは、「ターゲット市場のニーズを探り、価値を創造し、お客様に届け、そこから利益を得る」ことです。価値というのは、自分たちが決めるわけではなく、お客様、社会が決める。やはりお客様に喜んでいただける、欲しいと思っていただけることを創り続けていく、その繰り返しが信頼というブランドに繋がります。VUCAの時代、「いかに作るか」よりも、「なぜ作るか」の方が重要になっているように思います。お客様の価値や喜びを先取りして、どんどん提案していく。経営者だけでなく従業員も考え方やモチベーションを変えていかないといけないと思います。



大久保 典雄 (おおくぼ みちお)
シニア・フェロー/知的財産部長

「人づくり」は、オーナーシップを持つマインドから

大久保 今までの知財活動は機能戦略の部分、いわゆるリスクミニマムで事業を保護しようという考え方で進めてきました。ここ数年力を入れているのが、IPランドスケープを中心として、事業戦略に対し知財戦略で競争優位に立てるか、を見ることです。サステナビリティ指標としてIPランドスケープの実施率も設定しています。これは、事業環境の分析にIPランドスケープが活用できているかどうか、を見ています。その流れの中で「強み」をマネジメントしていくためには、コーポレート部門である我々が関与していかなければいけないのではないかと考え、取締役会でも知的資産マネジメントの考え方を明確に示しました。また、当社グループの価値創造プロセスに「人づくり」「強みづくり」「価値づくり」を対応させました。その中でも、我々の「強み」としてまず人材があげられると思います。統合報告書2022でも、**「取締役より、『技術者自身が当社の技術をベースにこれからの社会に必要とされるテーマを熟考し、現場から新しいビジネスチャンスを発見し、事業化・収益化する取組みを強化することを期待している』とのご指摘ありました。これはまさに「人づくり」に関係してくると思います。**

籾 「人づくり」については、例えば技術開発の例を挙げると「私はこの技術を通してお客様に価値を届ける」ことをやり遂げたいという情熱がベースになりますね。オーナーシップを持つというマインドはすごく重要だと思っています。そうでないと、自分の思いを実現していくために、周りの抵抗勢力に打ち勝っていけない。胆力も求められます。そういう意味で言えば、突き詰めている人・少し尖っている人が面白い。また、自分の主張や意志をロジカルに説明して人を説得できる、あるいは相手の言うことを受け止めて素直に聴くことができることも必要でしょう。なぜこれを開発するのか、なぜその技術なのか、理由が自分で説明できないと周りに理解されず、結局はそれで終わってしまう。せっかく良いアイデアを持っていても皆で深掘りできないのはもったいない。社内外で自由なワイガヤやフリーディスカッションができる環境も大事ではないでしょうか。今の若い社員には、「社会課題の解決にしっかり応えたい」という思いが強いと感じますし、ぜひ新しい具体的なアイデアの創出を期待しています。

また、私の経験から申し上げますと、新しい発明やイノベーションの解は社内にはないんですよ。社外に出て、当社の技術や製品について様々な使い方をしているお客様と話をすることが大切です。ネットで調べれば情報はいくらでもあります、それが本当なのかどうかはわからない。結局現場でリアルに人と話をしていくと課題やニーズの深掘りができる。場合によっては怒られたりもしますが、最先端のお客様や他業界の方と話をすることで新しい気付きがある。

また、研究者、開発者は、その成果をどのように事業化、ビジネス化するのかについてもある意味、最後まで気かけ面倒を見ることが大事ではないでしょうか。研究部門と事業部門がシームレスに連携し、やりがいや信頼感を共有する、そこまでやらないといけないと思います。知的財産部員も、しっかりと事業化できるまで責任を持って並走する意識を持っていただきたいと思いますね。

IPランドスケープは戦略強化のための客観的な情報提供ツール

大久保 先ほどお話にあったマーケティングに関して、IPランドスケープ活動を進めるうえではビジネス思考が重要です。営業部門にIPランドスケープをレクチャーしたことがあります、特許を分析することでここまで分かるのか、という気付きを与えることができたのは大きな収穫でした。また、開発部門でIP



ランドスケープを実施する場合、競合の分析だけではなく、お客様の分析も行います。お客様の特許から何を指向しているか、戦略を垣間見ることができます。そういう意味で、お客様が気付いていないような価値をIPランドスケープで読み解くということも非常に重要な方法ではないかと考えています。

籾 IPランドスケープの分析結果を客観的な情報のひとつとして、経営や事業戦略検討にしっかりと組み込むことが必要だと思います。特許分析、市場・競合分析、将来予測などを見て、自分たちの戦略が正しいかどうかの検証や、強みや弱みはどこで、どんな企業と組むと良いのかなど、ある程度判断できるように戦略論議に差し込めるようにしていただきたいと思います。自分たちはこの技術で勝てると思っていたが、よく分析したら全然そんなことはなかったとか、そういうこともある。より客観性を高めて仮説の確からしさを補強できるのがIPランドスケープの役割なのだろうと思いますね。

そこで小さくてもいいので、ひとつでも実績を上げることが重要になります。それぞれの事業部門での取り組みはもちろんですが、取締役会などの2025中期経営計画（25中計）や古河電工グループビジョン2030の議論の場で、IPランドスケープの情報を提供し、社外を含めた経営陣に理解してもらい、それをぜひアジャイルに実行してもらいたいと思います。IPランドスケープ実施率などの管理目標も大事ですが、本質的にはやはり戦略の中身の議論を深められるようにすることが肝要だと思います。事業部門が自ら主体的に取り組んでもらわないといけないので、知的財産部がリーダーシップを発揮し事業部門とワンチームとなって、一緒に取り組むことが必要です。これからの知的財産部員は、これは本当に事業化できる技術なのか、将来性のある知的財産なのか、ということ査定、評価する力が益々必要でしょう。IPランドスケープというツールを通じて、全員で新しいビジネスモデルを創り、実際にビジネスをスタートさせる、ぜひそれを加速していただきたいと思います。

大久保 お話の通り、IPランドスケープを使う人たちが主体的に自分事化してやらなければいけないと思います。当社では、必ず部門と共創をします。知的財産部がIPランドスケープの結果を持っていき部門に審査してもらうのではなく、常に対話を繰り返しながら進めるのが、ひとつのスタイルなんです。そこで必要になってくるのは、コミュニケーション力や、ビジネスを理解していく力、もちろん特許を読み解く力も必要ですが、技術担当やマーケット担当など、チームとしての多様性があることで、IPランドスケープの結果が良くなると実感しています。部門は自分たちの技術に対して誇りや自信もあるし、市場も知っているのですが、IPランドスケープの結果によってそうしたバイアスを解消した事例もありました。

IPランドスケープで経営の意思決定精度を高め、攻めの知財へ

大久保 当社グループではROICやFVAといった財務目標がありますが、無形資産の価値と財務指標をどう結び付けていくか、これはどの会社も悩んでいるように思います。指標としては、我々は先ほどお話したIPランドスケープ実施率を設定していますが、直接的に財務指標と結び付けているわけではないので、ステークホルダーの皆様にご社の無形資産の価値を分かっただけのような指標作りは課題のひとつと考えています。

籾 これは統合報告書2022でも申し上げたのですが、25中計において主軸の一つに据えている「新事業創出に向けた基盤整備」は、中長期的な新事業に対する評価が必要なため、ROICやFVAとは別に大胆な挑戦を評価する仕組みを整える必要性があると感じています。新規事業に関しては、ショートタームではなくて、少し長いスパンで判断していくべきでしょう。最終的には、企業価値にどう繋がっていくのか、意思決定の判断材料として、IPランドスケープ



の観点でも情報を提供してもらいたい。かつては特許と言え、その部品、製品のことだけでよかった。一方、現在は、部品から製品、システム、ネットワーク、ソリューションという形に事業領域が拡張してきていますよね。その時に、その領域のどこで知的財産を押さえておくべきか、どこが儲かるところなのか、しっかり見極めることが大事で、そこでもIPランドスケープが活用できると思っています。やはり今は、モノよりもエンジニアリングサービスのようなコトの方が価値は高い。どこに付加価値があるのか、価値の源泉は何かを見極める。それができると、ポートフォリオ変革もスピード感をもって進めることができます。知財情報が持続可能な成長のための意思決定に役立つことを経営陣がしっかり理解することで、技術研究部門、知財部門のモチベーション向上にも繋がっていくと思います。そして、これらの活動をステークホルダーの皆様にも積極的に発信していくことが必要でしょう。

大久保 IPランドスケープを推進することで、知財のミッションを企業の価値創造にまで拡大した会社もあります。今、色々な部門と社内共創を進めていますが、IPランドスケープを推進する組織のありたい姿は、これから提案していきたいと思っています。

籾 IPランドスケープからの将来予測や分析結果を客観的な判断材料として、取締役会などでの議論や意思決定に繋げていく。社外取締役としてもその結果をモニタリングしていくことで知財ガバナンスの重要度が浸透していきます。一般的なマーケティング情報だけでは必ずしも十分ではなく、そこにIPランドスケープが加わることで先を見た、より高度な意思決定にもつながるはず。このようにIPランドスケープへの期待は高いわけですが、その分、その情報精度や、やり方のレベルを上げないと真に活用できるものにはなりません。実行する人の思いや感性、リーダーシップもより重要になります。当社の知的財産部は専門性やジェンダーの点でも多様であるし、そのような人材・組織力を活かしてIPランドスケープの有効性を示していけると良いですね。全社を巻き込んで、知的財産部がリードしてやっていくぐらいの気概や自信を持って、今までの枠を超えて仕事をしていって欲しいと思います。繰り返しになりますが、目指すべきIPランドスケープは、戦略を決める重要なビジネスインテリジェンスです。企業価値創造という観点からも、知財のミッションは今後さらにより広く深いものになるでしょう。ぜひ「攻めの知財」をサステナビリティの重要な柱として取り組んでいただきたいと思います。

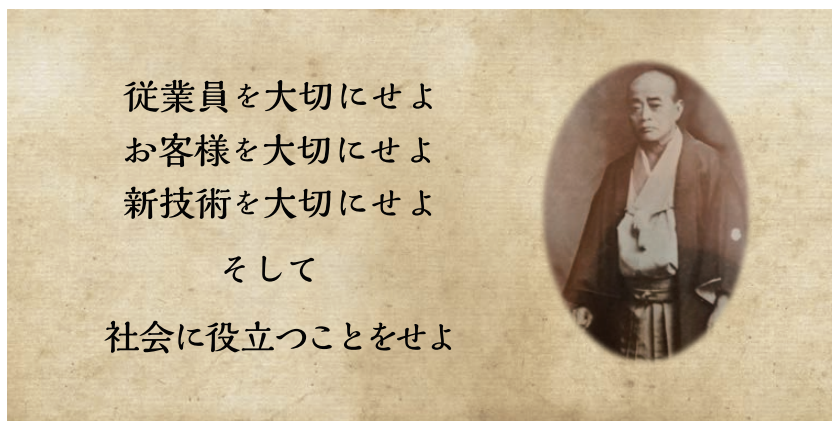
大久保部長 当社も会長の小林が2022年10月より知財・無形資産経営者フォーラムの副会長に就任してから、「知財を経営のど真ん中に」「リスクミニマム、そしてチャンスマキシマムへ」といったメッセージを発信しています。これを受け継いだ社長の森平も、「知的資産で競争優位を築く」ことをスローガンとしています。これからも、知的資産は企業価値の源泉であるという認識のもと、取締役の理解と議論を推進しながら、IPランドスケープを活用して新たなビジネスモデルや価値創造に繋がっていきたくて考えています。本日はありがとうございました。



1-2. 古河電工グループの価値創造プロセス

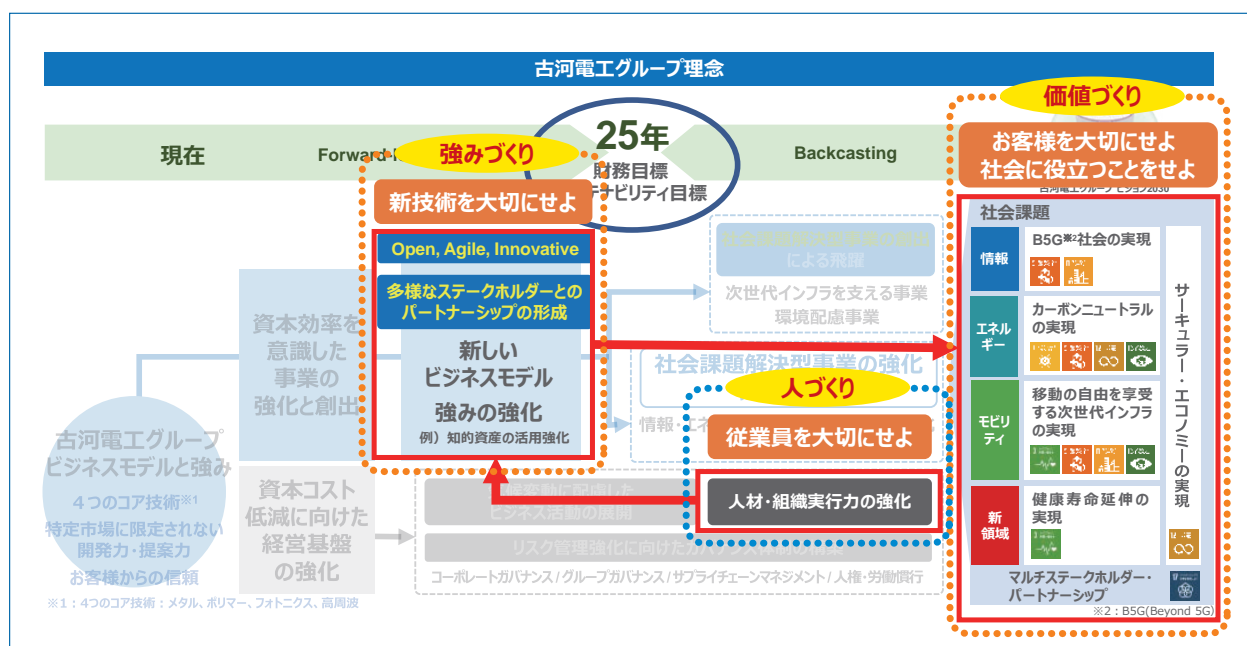
当社グループは2024年、創業140年を迎えます。古河グループの創業者である古河市兵衛は、鉱山業で欧米の最新の技術を導入するとともに、「日本を明るくしたい」との思いから、電線業を始めました。

私たちがDNAとして受け継いでいる「従業員を大切にせよ、お客様を大切にせよ、新技術を大切にせよ、そして社会に役立つことをせよ」という創業者・古河市兵衛の言葉があります。



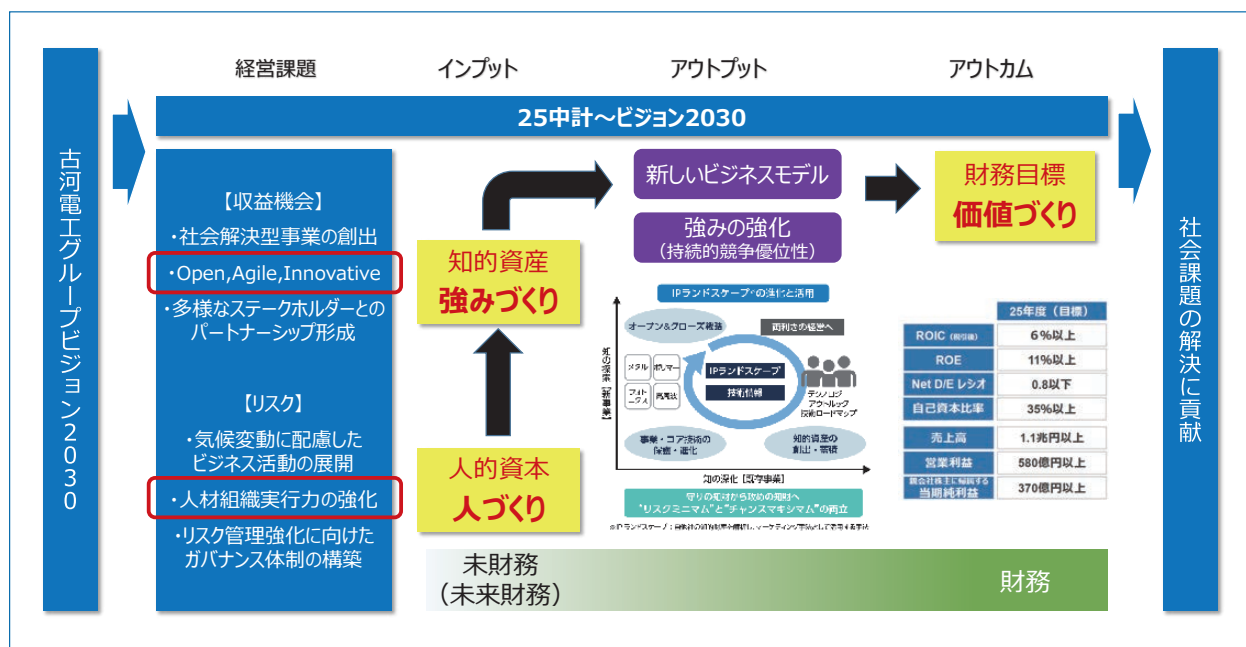
古河電工グループ ビジョン2030の実現に向けて、社会課題解決のためにはなくてはならない会社になる、その強い思いを持っています。古河市兵衛の3つの大切のうち、「お客様を大切にせよ、そして社会に役立つことをせよ」、それを実現するために「新技術を大切にせよ」、すなわち知的資産の活用を強化する、それを実現するために「従業員を大切にせよ」、すなわち人材・組織実行力を強化する、このような考えが知財経営推進の根幹にあります。人的資本から生まれる知的資産、すなわち特許やノウハウなどの知的財産、さらに人的資産、組織力、顧客ネットワークなどを含む、強みとなる資産を活用していく、これが社会課題解決になくてはならないものと考えています。

そして、「従業員を大切にせよ」は「人づくり」、「新技術を大切にせよ」は「強みづくり」、「お客様を大切にせよ、そして社会に役立つことをせよ」は「価値づくり」、であると捉えています。



当社グループでは、ビジョン2030を達成するための重要な経営課題（マテリアリティ）を定めています。このうち、「人づくり」は、リスクのマテリアリティである「人材・組織実行力の強化」に該当します。これは人的資本と言い換えることができます。また「強みづくり」は、収益機会のマテリアリティである「Open, Agile, Innovative」に該当します。これは人的資本が生み出す知的資産と言い換えることができます。オープンイノベーションや外部パートナーとの共創、知的資産の活用を含めた当社グループの強みを強化し、新しいビジネスモデルの構築を進める際に、後述するIPランドスケープ活動により、当社グループの知的資産と社会のニーズを紐づけすることで、新事業との創出をさらに加速させることができると考えています。これが、「価値づくり」、25中計の財務目標とビジョン2030、ひいては社会課題の解決につながると考えています。

そして、「人づくり」としての人的資本、「強みづくり」としての知的資産、これらは財務ではないという意味合いである「非財務」情報というよりは、「価値づくり」としての財務につながっていく未来財務としての意味合いである「未財務」情報と捉えています。経営のトップチーム、取締役会メンバー等と対話しながら、「未財務（未来財務）」の重要性につき社内意識を醸成しています。



そこで知的財産報告書2023においては、当社グループの知的資産の活用事例として、インフラレーザ™におけるIPランドスケープの活用、らくらくアルミケーブル®における価値創造プロセス、の2つを紹介します。

活動事例①



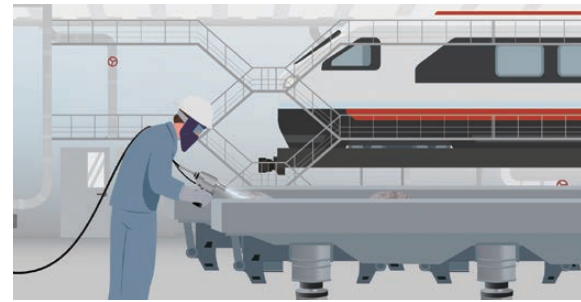
インフラレーザー™システムイメージ

インフラレーザー™システム

インフラレーザー™システムは、産業用レーザーで培った技術を応用した表面処理ソリューションで、インフラ構造物の錆・塗膜除去など、メンテナンス作業の効率化を目指します。従来の薬品を使用する工法や研削材を対象物表面にぶつけて加工を行うブラスト工法とは異なり、レーザーを活用することから研削材などは排出せず、環境負荷の低減や労働衛生の改善を推進し、インフラ構造物の老朽化対策、労働人口問題の解決に貢献していきます。

当社では2023年に、鉄道車両の塗膜除去などのメンテナンスに最適な小型レーザー施工システムを製品化しました。本システムには、片手でも安全に操作可能な軽量手持式レーザーヘッド（重量2kg未満）が搭載され、メンテナンス工場内で扱いやすい設計となっています。従来の機械工具での作業と比較して約7倍のスピードで施工作業することが可能で、光源に連続波方式のファイバレーザーを適用しながらも鋼材にダメージを与えず、騒音・振動も発生させることもありません。

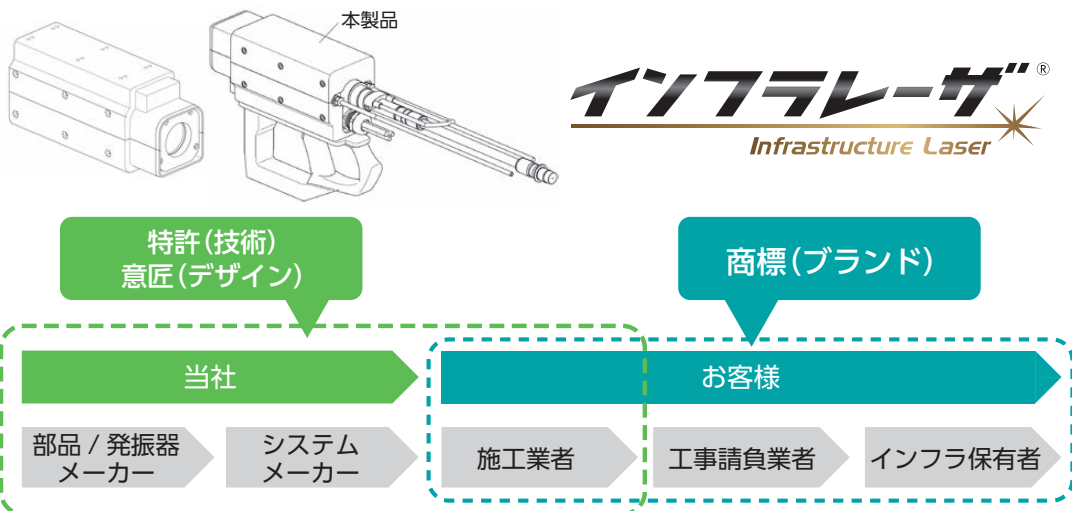
屋外等の厳しい環境に耐えられる製品への要望に対応すべく、船舶・造船所・港湾用途など重塩害地域での利用も想定した設計を検討していくとともに、錆・塗膜除去などの表面処理の更なる高速化に向けてレーザー施工システムのラインナップを拡充していきます。今後もインフラメンテナンスの作業効率化に加えて、労働衛生の改善や環境負荷の低減を推進し、様々なインフラ構造物の老朽化対策や長寿命化に貢献していきます。



施工作業イメージ

強みを強化する取り組み：IPランドスケープ

通信技術で培った半導体レーザーを産業用途へ展開するため、IPランドスケープ活動により開発戦略を策定しました。これにより、当社事業領域の現状把握、新市場参入のための知的財産権確保、知的資産活用による事業競争力強化を進めています。特許と市場を分析することで、お客様の声からは直接得られないマクロ視点で情報を補強しながら、当社が想定する事業領域で知的財産権を確保し、お客様へのアピール力を向上させる戦略を採用しました。策定した戦略に基づき、競合となり得るシステムメーカーに対する当社の先発優位性を維持するため、システム領域の特許や意匠を網羅的に出願しています。



事業バリューチェーンにおける当社知財活用

特に、お客様に価値を認知いただくために重要な知的資産はブランドと考えています。そこで「インフラレーザー™」をロゴ化し商標権を取得しました。この名前には、社会を下支えする「インフラ」に使用する「レーザー」であること、「インフラ」としての「レーザー」として未永く社会を支える存在になりたいという想いを込めています。ブランドロゴは、カタカナ文字で安心感・信頼感および親しみやすさを表しています。レーザー光をイメージしたゴールドのラインおよび英文字には、インフラを対象としたレーザーによるメンテナンスで、対象物や地球環境、携わる全ての人へ輝きをもたらすという想いを込めています。またグラデーションは、高品質を連想させ、そして色を「つなぐ」という役割もあり、これによってインフラを次の世代へ「つなぐ」、人と人を「つなぐ」という想いを表現しています。

強みを強化する取り組み：インフラレーザーラボ

パートナーと当社技術を「つなぐ」ために、最適なシステムを共創するための拠点として、古河電気千葉事業所内に「インフラレーザーラボ」を開設しています。「インフラレーザーラボ」には、高出力ファイバレーザー発振器とレーザーヘッド（レーザー照射部）をフレキシブルに動かすことができる実験用システムが設置され、パートナーが持ち込む幅広いサイズ・形状のサンプルを用いて、レーザー加工の有効性を確認する要素実験を行うことができます。



インフラレーザーラボ 実験スペース

これまで、お客様との対話の中で、従来のビジネスモデルではモノを提供する機会が多かったのですが、AS ISからTO BEへ向けた戦略構築を進める中で、IPランドスケープによる気付きにより、モノだけでなくコトも含めた価値の提供を加速できると考えています。インフラレーザー™システムなどの新事業において、研究開発とマーケティングの融合が重要であり、IPランドスケープを活用しながら両者で対話しています。

※『インフラレーザー』は古河電気工業株式会社が商標登録出願中です。

■ 詳細は下記をご参照ください

ニュースリリースのページ：https://www.furukawa.co.jp/release/2022/kenkai_20221130.html

https://www.furukawa.co.jp/release/2023/dev_20230126.html

専用サイト：<https://www.furukawa.co.jp/infra-laser/>

技術者からひとこと

営業統括本部
ソーシャルデザイン統括部
市場開拓部
西井 諒介



レーザーにより表面
施工を行うインフラ

レーザー™は3K職場であるインフラメンテナンス現場を改善できると考えています。お客様からは作業が速くなる、負担が少なくなる、などポジティブな声を多くいただいております。

今回の知財活動を通して、自社技術を守るためだけでなく、お客様に安心して使っていただくためにも知財が重要であることを改めて実感しました。

これからもインフラレーザー™を推進し、3K職場改善に貢献します。

知財部員からひとこと

研究開発本部 知的財産部
佐川 正彦



新事業創出に関わるワクワク感を事業部や開発部門と一緒に感じることができました。特に新事業のブランドがまさに創出される場面に立ち会えたのは、後からじわじわとくる喜びがありました。お客様への伝わり易さと共に、1884年の創業以来、電気・光ケーブルの製造を通じて、インフラ構築に貢献して来た企業であり、また、レーザー工法に使用する高出力ファイバレーザーに関して、内部部品からFL発振器までを一貫して製造可能な数少ない日本メーカーである当社にとってピッタリのネーミングと自負しております。

インフラレーザー™のロゴに込められた思いと同様、知的財産部も人と人をつなぐ役割があると考えています。これからも知財活動を通して、部門と対話を重ねていきます。

活動事例②

らくらくアルミケーブル[®]システム

エネルギーインフラ統括部門 産業電線・機器事業部門では、25中計達成に向け、「ターゲットセグメント（社会インフラ/国内再生可能エネルギー/防災・減災/次世代インフラ）への成長戦略投資で事業拡大と資本効率経営を両立させる」ことを事業戦略として掲げています。らくらくアルミケーブル[®]システムは重点製品の一つであり、強みとなる知的資産を活用した価値づくりを推進しています。

らくらくアルミケーブル[®]システムは、【かるい】【かんたん】【やわらかい】という特長を持つ高機能型低圧アルミ導体CVケーブル、らくらくアルミケーブル[®]を中心とした当社グループの製品群です。導体にアルミニウムを採用することで、従来の銅導体のCVケーブルに比べて約半分の質量（同サイズ比）を実現しました。また、絶縁材料を改良することで、常温だけでなく低温下でも、従来のCVケーブルより被覆の剥ぎ取りを各段に容易にすることができました。さらに、導体構成も工夫することで、従来のCVケーブルの約3倍の曲げやすさを達成しています。こうした特長を持つらくらくアルミケーブル[®]は、運搬作業（ドラムの荷降ろし、移動や切り返しなど）、ケーブル布設作業（繰り出しや引き込み、延線や整線など）、端末処理作業（ケーブルの曲取りや被覆の剥ぎ取りなど）の省力化を実現しています。



らくらくアルミケーブルシステムの特長と施工イメージを示す図です。左側には3つの青い円があり、「かるい 30~50% 軽量化」、「かんたん 1/2の力で剥ぎ取れる」、「柔らかい 1/3の柔らかさ」という特徴が記載されています。右側には、らくらくケーブル、専用端子、らくらくケーブル用端子台、電動油圧式工具+ダイス、皮剥ぎ&ブラッシング工具の各イメージが示されています。中央には「F-ALCON らくらくアルミケーブルシステム」というロゴがあります。下部には「らくらくアルミケーブル[®]システム F-ALCON[®]: Aluminum Conductorと施工上のわずらわしさ、困りごとから解放されるFreeを組み合わせた造語」という説明が記載されています。

知的資産を支える人財

アルミ導体CVケーブルの材料研究、製品開発、製造は、当社と古河電工産業電線株式会社（FEIC）の技術者間の共創により、また、販売から営業、広報活動は、SFCC株式会社（SFCC）も含めた各社の専任チームの共創により実施しています。当社は、磨き上げてきたアルミ導体の接続技術に端子メーカーの持つ技術を融合し、国内初のアルミ圧着接続技術を確立しました。

FEICは、世紀を超えて培った古河電工の技術と伝統を継承して、一貫して産業用電線事業で社会のニーズに応えてきた、産業ケーブルのスペシャリストです。

WEBサイト <https://www.feic.co.jp/>

SFCCは、SWCCグループと古河電工グループ、両社の取り扱う建設・電販市場向け汎用電線の販売部門を2020年に統合して設立された製造・販売会社です。

WEBサイト <https://www.swcc.co.jp/sfcc/>

FEIC 古河電工産業電線

SFCC SFCC株式会社

知的資産の創造による「強みづくり」

強みとなる知的資産は、材料開発技術、既存事業で磨き上げてきた導体接続技術、ケーブル製造技術で、電線のパイオニアとして技術ノウハウをグループ内に蓄積しています。また、オープン&クローズ戦略を推進し、製品デザインや技術を国内で数十件の特許権や意匠権で保護して参入障壁を築くとともに、端子等の接続部品については他社使用を促し市場拡大を図るほか、製品およびシステム全体に対する多数の商標権の取得によりらくらくアルミ[®]ブランドの構築を目指しています。



インタビュー

産業電線・機器事業部門
エネルギーバックキャスト課
桜井裕士(右)

——古河電工グループ2022年度社長特許表彰で、知財活動賞の戦略的出願活動部門として、「らくらくアルミケーブル[®]システムの技術ブランディング活動」が受賞されました。特許だけでなく、意匠、商標なども含めた知財権ミックスを活用し、戦略的に技術ブランディングを進めた活動が評価されましたが、活動への想いについて教えてください。

桜井 これまでの活動を高く評価していただいたこと、嬉しく思います。ケーブルから必要機材、施工までを一体としてお客さまに安全と安心を届けるらくらくアルミ[®]ブランドは、市場で高く評価されています。製品単体だけでなく組み合わせで品質を担保する取り組みは他社にはなく、市場での差別化と右肩上がりの成長につながっています。

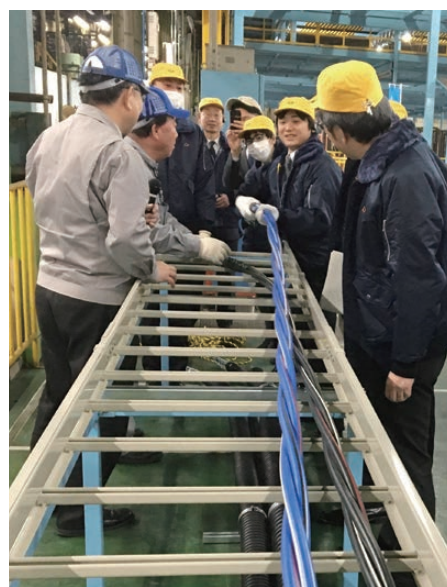
らくらくアルミ[®]ブランドは、研究開発や知財活動だけでなく、製造、営業、広報など各部門の協力の上に成り立っています。協業する端子メーカー、端子台メーカーもブランドの一翼を担っています。社内外の多くの方々の想いが、今の成長を支えています。そして今、らくらくアルミ[®]ブランドに関わる人、組織を合わせ「資産」として活用することで、市場での地位を確固たるものとし、更なる売上拡大を目指しています。個人的には、日本全国の建設現場をらくらくアルミケーブル[®]のシースの色である青に染め抜くことが目標です。

強みを強化する取り組み：技能訓練センター

アルミ導体ケーブルの普及や市場拡大には、製品自体をお客様に正しく利用していただき、その効果を最大限に認めていただくことが重要です。そこで、銅導体ケーブルに比べて難易度の高い端末処理の技能を取得するためのサポートプログラムとして、施工講習会を開催しています。FEIC平塚工場内に「技能訓練センター」を開設し、ケーブル延線や盤への接続といった作業も体験できる設備を備えています。実際に施工を担当される電気工事業者の方々だけではなく、建物の施主、設計に携わる方も多数訪れ、製品の長を理解できるだけでなく、らくらくアルミケーブル®を使う場面をイメージできるとご好評をいただいています。



らくらくアルミケーブル® 技能訓練センター



ケーブル延線体験

施工講習会による現場トレーニングは他社では例を見ない活動であり、お客様からも高く評価され、当社製品を選んでいただく理由のひとつとなっています。展示会やニュースリリース、専用サイト開設、広告出稿等を通じた広報活動にも注力しており、お客様からのお問い合わせも増えています。アルミ電線のパイオニアとして業界をリードし続けられるよう事業活動を継続していきます。

※「らくらくアルミケーブルシステム」「らくらくアルミケーブル」「らくらくケーブル」「らくらくアルミ」「F-ALCON」は日本における古河電気工業株式会社の登録商標です。

■ 詳細は下記をご参照ください

ニュースリリースのページ：https://www.furukawa.co.jp/release/2020/ene_20200330.html

専用サイト：<https://www.rakuraku-alumi.com/#features>

知的資産を活用した「価値づくり」

太陽光発電所を中心とした再エネ市場にらくらくアルミケーブル®を展開し、順調に売上を伸ばさせています。国土交通省管轄の新技术情報システム「NETIS」にも登録し、道路インフラ分野にも進出しています。

2023年5月には佐賀県内に建設されたSAGAアリーナの低圧幹線としても採用されるなど、延線作業の省力化に貢献しているほか、11月から損害保険ジャパン株式会社およびSOMPOリスクマネジメント株式会社から、近年多発する太陽光発電設備の銅線盗難により被害に遭ったお客さまに対し、らくらくアルミケーブル®を紹介するサービスの提供が開始されました。

アルミ電線の普及を通して、24年問題とも称される労働現場での人手不足、高齢化といった深刻な社会課題解決に対して貢献し、25年度には売上25億円を目指して事業展開していきます。

2 トピックス

トピックス①

令和5年度全国発明表彰「発明賞」受賞

公益社団法人発明協会が主催する全国発明表彰において、当社の「耐熱性樹脂組成物の製造方法、並びに、その製造方法で製造された耐熱性樹脂組成物及び該耐熱性樹脂組成物を用いた成形品」（特許第6219268号）が「発明賞」を受賞しました。

本発明は、フィラーを高い自由度で配合できる新しい架橋方法ならびに本方法により製造される樹脂組成物に関するものです。本発明の樹脂組成物を電線被覆材に用いることで、耐熱性、強度、柔軟性、耐外傷性および加工性など多くの機能を複合的に付加した優れた電線を製造することができます。

現在、当社は本発明の樹脂組成物を電子機器用電線、自動車用電線、産業用電線といった電線製品の被覆材として使用しています。今後は太陽光や風力発電など再生可能エネルギー分野で使用される各種電線にも適用範囲を拡大し、チューブやパッキン、自動車内装材料など電線以外の製品にも適用を進めます。



インタビュー

古河電工産業電線株式会社 技術開発本部

西口雅己(右)

当社 ファイバケーブル事業部門 電子線部

松村有史(左)

——当社としても久々の全国発明表彰受賞です。まさに「人づくり」による研究開発人材が、「強みづくり」として発明を創出し、「価値づくり」として産業の発展に貢献した結果と考えています。本開発や知財活動に、どのような想いや苦労がありましたか。

西口 既存技術を発展させて、設備費や加工費といった製造現場の課題を解消したいとの想いで本開発を始めました。ゴールは決まっていたのですが、プロセスはゼロからの開発でした。長期戦になるので、若手でタフな松村氏に初期段階から開発に加わってもらい、チームで一丸となって取り組みました。

松村 トライアル&エラーを繰り返し、プロセスが分かるまでは時間が掛かりましたが、方向性が決まってから特許出願、製品開発、製品上市までは迅速に進められました。

西口 受賞した発明は基本特許となるものであり、明細書作成には時間を要しましたが、特許化までのテクニックを習得しながら、周辺特許も固めていきました。強固な特許網で参入障壁を築いており、今後の売上や利益の伸びに繋がると考えています。

■ 詳細は当社ニュースリリースのページをご参照ください

https://www.furukawa.co.jp/release/2023/kenkai_20230530.html

トピックス②

「第1回 NIKKEI 知財・無形資産シンポジウム」への協賛

2023年10月2日、世界の投資家が集う「PRI in PERSON」のオフィシャルイベントの一環として、「第1回 NIKKEI 知財・無形資産シンポジウム」が開催されました。企業価値の源泉となる「知財・無形資産」をテーマに、企業価値創造に向けた『「攻めの知財・無形資産経営」で蘇る日本』と題するパネルディスカッションが実施され、当社取締役会長の小林が知財・無形資産経営者フォーラムの副会長として登壇しました。

当シンポジウムでは、知財・無形資産の活用によるビジネスモデルの構築、持続的な成長に向けた投資、サステナブルな事業をつくる好循環経営などについて、活発な議論が展開されました。

■ 詳細は日経チャンネル「日経サステナブルフォーラム」のページをご参照ください

https://channel.nikkei.co.jp/sustainableforum2023/231002sustainableforum_03.html

トピックス③

「グローバル知財戦略フォーラム2024」での基調講演

2024年1月25日、特許庁と独立行政法人工業所有権情報・研修館の共催でグローバル知財戦略フォーラム2024が開催されました。『「知財は戦略のど真ん中」への挑戦 ～リスクミニマム、そしてチャンスマキシマムへ』と題し、当社取締役会長の小林が基調講演を行いました。

当社グループは、創業者の掲げる「3つの大切」に対応する「人づくり」「強みづくり」「価値づくり」を、2030年に向けた価値創造プロセスの中に位置付けています。当該プロセスに沿って、「知財は戦略のど真ん中」というスローガンのもと、取締役会



の下に推進体制を構築し、IPランドスケープを活用して、リスクミニマム（事業安定化）からチャンスマキシマム（事業機会拡大）へ、活動の転換を図っている旨をお伝えしました。また最後に、日本企業全体で“チーム日本”として、戦略を構築するチャンスマキシマムとして「知財を経営のど真ん中に」位置付けていただきたい、というメッセージをお伝えしました。

■ 詳細は工業所有権情報・研修館「グローバル知財戦略フォーラム」のページをご参照ください

<https://www.inpit.go.jp/katsuyo/gippd/forumkokunai/>

3 知財経営推進

3-1. 古河電工グループの知財戦略

当社グループでは、特許やノウハウなどの知的財産、さらに人的資産、組織力、顧客ネットワークなどを含む、当社の強みとなる知的資産を重要な経営資源と位置付け、その活用を図ることを目的に、以下の3つの柱からなる基本方針を定めています。事業・研究開発・知的財産を三位一体として、グループ・グローバルな知財活動を推進します。

3つの基本方針

1	IPランドスケープによる 経営・事業戦略策定力の強化	知財情報を戦略策定プロセスに取り込んで解析・活用するIPランドスケープにより、経営・事業戦略策定力を強化します。
2	オープン&クローズ戦略による 知的資産活用	オープン&クローズ戦略による知的資産活用を起点に、知的資産を創出・蓄積し、事業・コア技術を保護する活動サイクルを、IPランドスケープによる環境分析で変化を捉えながら回すことで、事業競争力を強化します。
3	知財リスク低減による 事業遂行の安定化	権利侵害リスク、技術流出リスク、契約リスク、技術模倣リスクの4つを、影響度および頻度の高い知財リスクとして認識し、継続的なリスク低減に努め、事業遂行を安定化します。

この基本方針を踏まえ、「古河電工グループビジョン2030」の実現、SDGsの達成に向けて、リスクミニマム(事業安定化)とチャンスマキシマム(事業機会拡大)の2つの観点から、知財活動を推進しています。

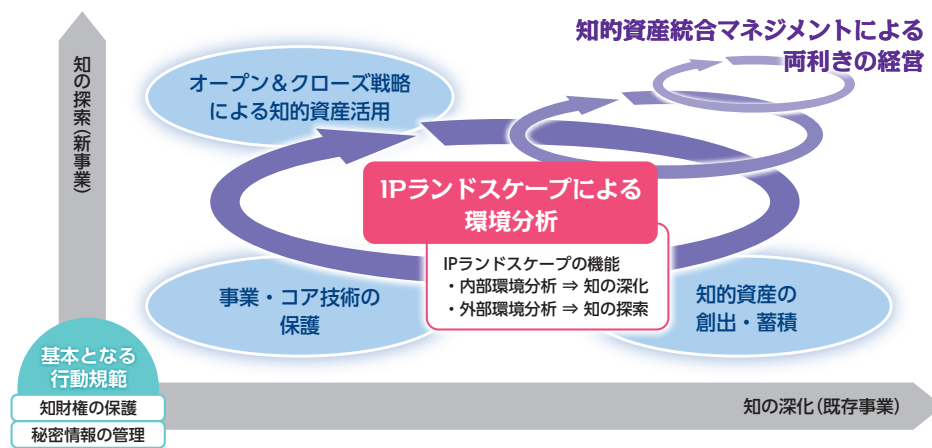
1 リスクミニマム

当社グループ固有の差別化技術を知的財産権・技術ノウハウで保護し、ビジネスリスクを最小化します。社会課題解決型事業の強化による成長を実現するため、情報・エネルギー・モビリティでは、詳細な競合分析に基づく知的財産ポートフォリオの構築とその活用を徹底し、2025年に向けた資本効率重視による既存事業の収益最大化を支えます。

2 チャンスマキシマム

IPランドスケープにより、自他社の知財情報を始めとする競争環境・市場環境を解析することで、新しい事業分野・ビジネスモデルを探索します。社会課題解決型事業の創出による飛躍を実現するため、次世代インフラを支える事業・環境配慮事業では、IPランドスケープの活用を推進し、2030年までに実現する社会課題解決型の新事業創出に向けた基盤整備を支えます。

絶え間ない技術革新により、真に豊かで持続可能な社会の実現に貢献するため、IPランドスケープを両利きの経営(既存事業を深めていく「知の深化」と新事業を展開する「知の探索」を両輪とする経営)の手法として定着させていきます。すなわち、IPランドスケープによる環境分析のうち、内部環境分析を「知の深化」に、外部環境分析を「知の探索」に、それぞれ活用していきます。

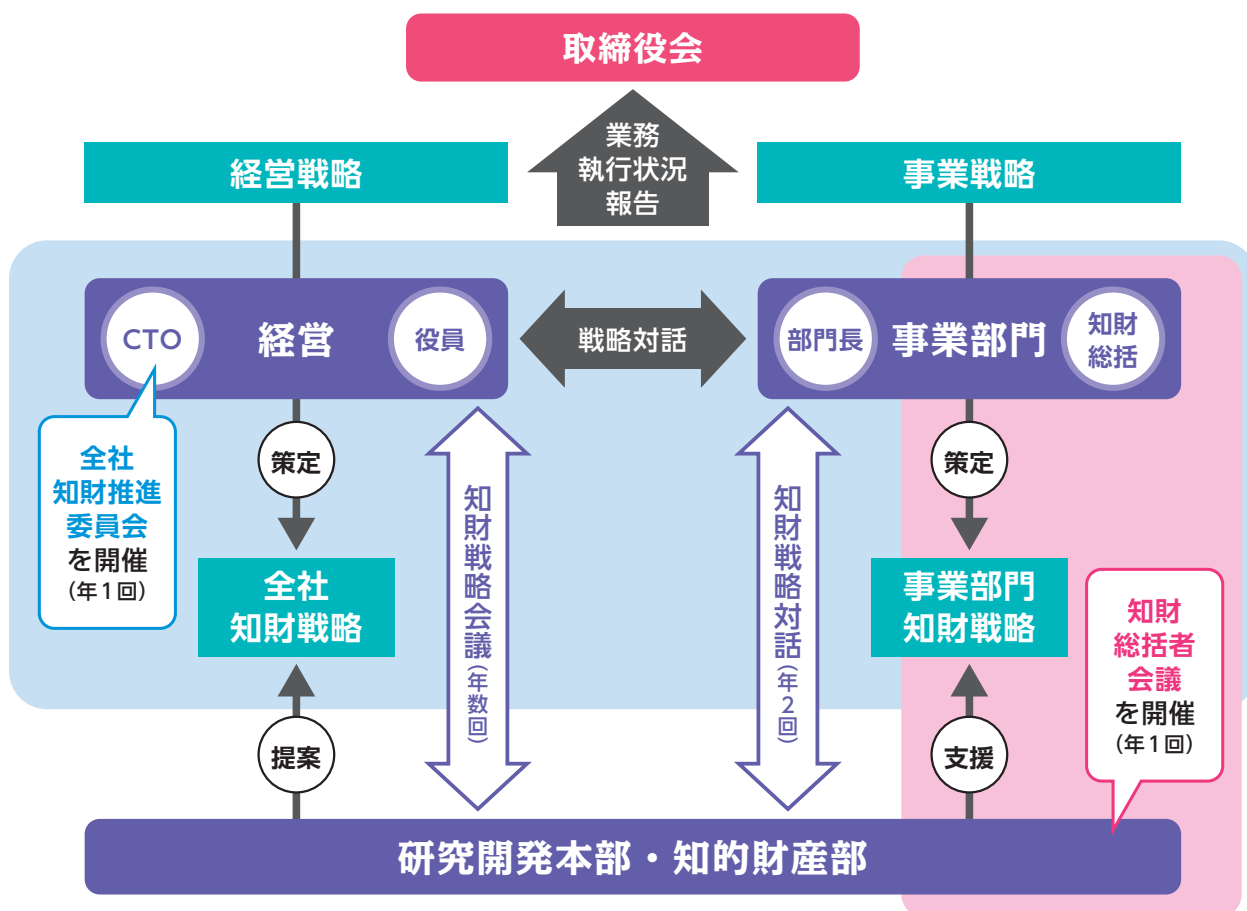


3-2. 知財ガバナンス：推進体制

当社グループは、研究開発本部長（CTO）を委員長とする「全社知財推進委員会」を設置し、全社の知財活動方針を決定するとともに、事業部門および研究部門に置かれた知財総括責任者を中心に知財活動を推進しています。

社長をはじめとする業務執行を指揮する役員に対しては、研究開発本部長が主催する「知財戦略会議」にて、全社の知財戦略に関わる提案・報告を実施するとともに、知的財産部長が主催する「知財総括者会議」にて、全社の知財戦略に沿った活動の決定をしています。また、事業部門長に対しては、知的財産部長が主催する「知財戦略対話」にて、個別の事業部門の知財戦略に関わる情報共有・共創を実施しています。

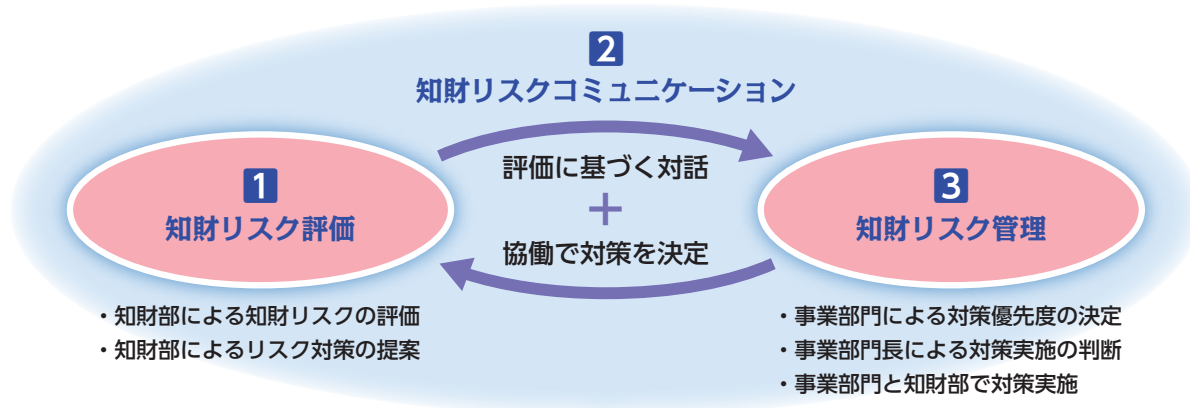
こうした業務の執行状況については、取締役会に定期的に報告されています。



3-3. リスクミニマム：知財リスクマネジメント

当社グループの行動規範には、①知的財産権の保護、②秘密情報の管理、の2つが含まれます。行動規範に則り、詳細な競合分析に基づく知的財産ポートフォリオの構築とその活用を徹底するとともに、技術情報流出防止などグローバルな知財リスク低減活動を推進しています。

このようなリスクミニマムの仕組みとして、次の3つのステップによる知財リスクマネジメントを導入しています。



知財リスク評価は、各事業部門の重点知財活動製品を、①事業を妨害されないための知財網があるか、②他社の権利を使っていないか、③技術ノウハウ漏洩対策ができているか、などの観点で見える化しています。知財リスクは下記の4つに分類し、継続的にリスク対応を喚起することで、事業遂行を安定化しています。

権利侵害リスク

当社製品が他社の知的財産権を侵害しないことを確認するために、他社の権利情報を定期的・継続的に調査。

事業における直接的な損害の発生や機会損失のリスクを回避。

技術流出リスク

開発現場、生産現場の技術秘匿や、タイムスタンプシステムを導入した情報保全強化。ニュースリリース含む社外発表の日常的なチェック。

不用意な秘密情報の開示などのリスクを回避。

技術模倣リスク

当社製品保護のため、特許権、実用新案権、意匠権、商標権を取得。他社に模倣された場合には差し止めや損害賠償を請求。

市場シェアが低下するなど損失が生じるリスクを回避。

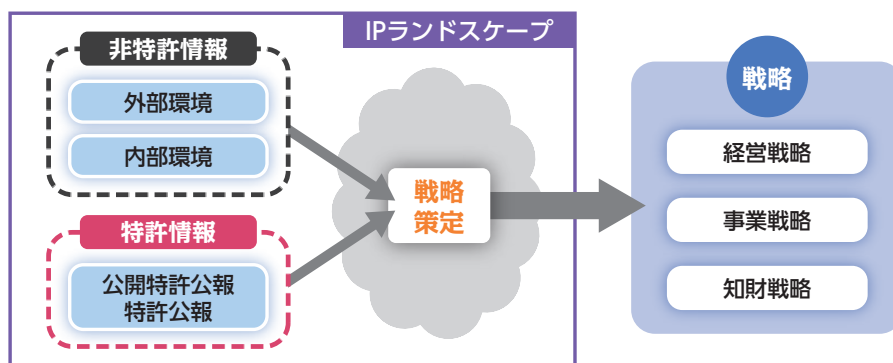
契約リスク

他社との技術契約において、締結前に知的財産部が契約内容をチェック。

秘密保持契約、共同研究契約、売買契約などの条項に関して紛争が起きるリスクを回避。

3-4. チャンスマキシмум：IPランドスケープ

当社グループは、「IPランドスケープによる経営・事業戦略策定力の強化」を知財戦略の第1の柱に掲げています。自他社の知財情報などを用いて競争環境・市場環境を分析することで、新しい事業分野・ビジネスモデルを探索する活動を推進しています。

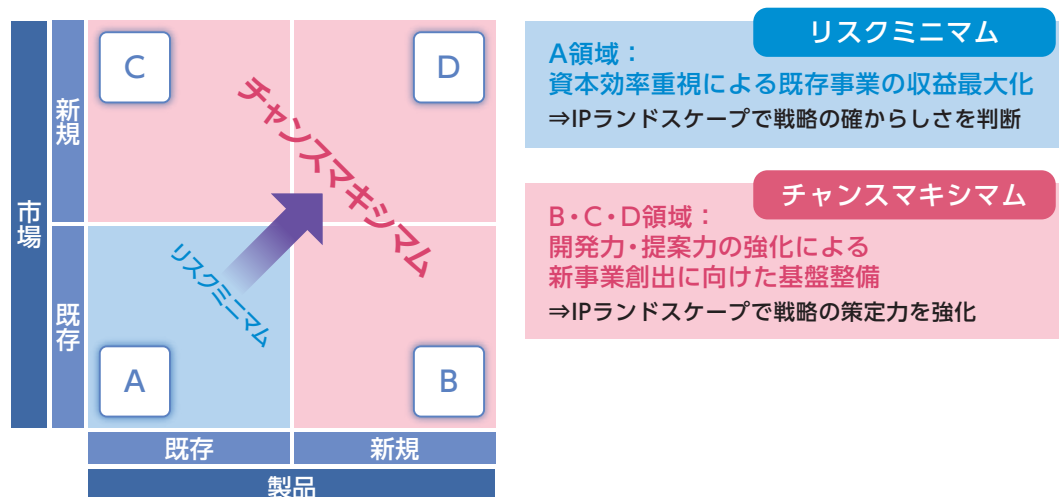


2019年から実行し、2021年には知的財産部内に専任組織を設け、市場動向の予測、お客様が必要とする価値の分析など、部門との共創で新たな事業展開に向けた戦略提案にIPランドスケープを活用しています。

また後述のデータとして掲載していますが、2022年より収益機会のサステナビリティ指標として、IPランドスケープ実施率を設定しています。これは、知的資産を活用するチャンスマキシмумの観点から経営レベルで実行されていることを確認する指標と捉えています。

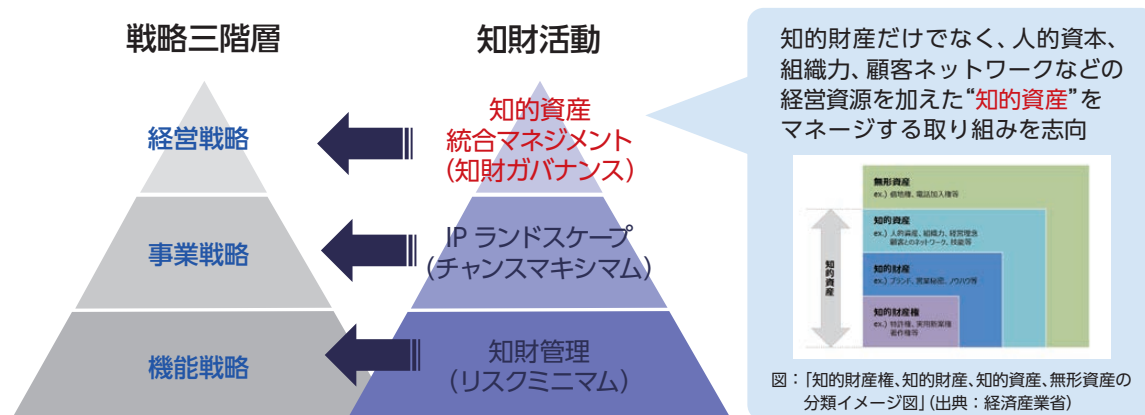
IPランドスケープでの成果は、先述した役員との対話である知財戦略会議や部門長との知財戦略対話、また取締役会等を通じて定期的に報告しています。

下図に示すように、既存市場・既存製品の領域は、資本効率重視による既存事業の収益最大化を目指し、IPランドスケープで戦略の確からしさを判断しています。一方、新規市場や新規製品に関わる領域は、開発力・提案力の強化による新事業創出に向けた基盤整備を目指し、IPランドスケープで戦略の策定力を強化しています。このように、リスクミニмумの観点に加えて、チャンスマキシмумの観点で、IPランドスケープを活用しています。



IPランドスケープによる戦略策定は、特許や科学技術論文などを活用した外部環境分析に加え、ノウハウなどの社内文書を活用した内部環境分析を取り入れて、自社の強み・弱みや事業領域の把握を行う必要があります。IPランドスケープを活用した客観的な情報提供により、自社の強み・弱みを判断し、戦略の確からしさを高めています。

また、内部環境分析は両利きの経営における「知の深化」に貢献すると考えています。「知の深化」は、既存の知的資産を使って既存事業を深めていくもので、知的資産の統合マネジメントが求められます。



IPランドスケープ活動による意思決定



IPランドスケープ活動は一般的に上記のステップに示すように、テーマを決定した後(①)、解析に必要なデータを収集し(②)、テーマに対する仮説を立て(③)、データをさらに収集して仮説検証し(④)、仮説のストーリーを構築して(⑤)、組織に伝えて意思決定します(⑥)。

③④において戦略策定を客観的に判断できる情報を示し、当社の強みを明確化するために②において社内キーマンとの対話を中心に社内情報を収集し、⑤において分析結果から得た気づきをストーリーに盛り込み「知の深化」に繋げる工夫をしています。

また、⑥において事業部門長などの意思決定者にアウトプットを報告するまでをIPランドスケープ活動と捉えており、意思決定者と知的財産部が定期的に対話する工夫を図っています。

なお、③④⑤を進めるうえでは、データ解析力だけでなく、マーケティングのスキルが重要となります。当社ではビジネスセンスを持ち、デジタル技術を駆使してデータを戦略策定に繋がられる人材育成により、仮説のストーリー構築力強化を図っています。

知財教育の取組みの一つとして、海外グループ会社に対しても現地の事情や要望に合わせた個別研修を開催して知財意識向上を図っています。2023年はハンガリーのFETI (Furukawa Electric Institute of Technology) 研究所において知財研修を開催し、欧州グループ会社の研究開発者が約30名参加しました。



当社、OFS (アメリカ)、それぞれの知的財産部員が講師を務め、「IP ランドスケープ」、「営業秘密のマネジメント」、「先使用権」の座学に加え、「オープン&クローズ戦略」に関するグループワークも行いました。

なお、OFS、FEL (ブラジル) での知財研修に加え、各製造拠点でも「技術流出リスク」対策を中心とした研修を行っており、グループ全体の知財リスク低減を図っています。

今後も、当社グループはグループ・グローバルに知財教育を進めていきます。

ヨーロッパ拠点向け知財研修“IP-Day”

当社の海外グループ会社への知財研修のうち、特にヨーロッパの研究開発拠点向けには、“IP-Day”と称し、2016年にTrocellen (ドイツ) との合同研修としてスタートし、2017年からはFETI研究所に場所を移して継続的に進めてきております。ヨーロッパでの知財研修は今回で5回目となります。これまで「権利侵害リスク対策」、「契約リスク対策」、「特許出願」、「オープン&クローズ戦略」など、多岐にわたる知財研修を実施してきました。

Trocellenは、架橋発泡ポリオレフィンの製造と加工品の製造販売を行っており、自動車、建築、レジャー・プロスポーツなど様々な業界にソリューションを提供しています。



WEBサイト <https://trocellen.com/>

FETI研究所は、材料、デバイス、製造プロセスの技術開発分野において古河電工グループの研究開発に幅広く貢献しています。



WEBサイト <https://www.feti.hu/>



FETI研究所 CEO Kováts氏からのコメント

知的財産は、研究開発に従事する企業にとって重要な資産であり、研究者に知的財産の取り扱いに関する教育を行うことは、企業のイノベーションを守るために非常に必要です。新しい技術やプロセスを生み出す研究者に知的財産に関する適切な知識がなければ、営業秘密をうっかり漏らしてしまい、権利を失ってしまうかもしれません。知財教育を実施することによって、研究者は知的財産の秘密性と保護方法を理解するようになります。

また、知財教育を実施することによって、イノベーションも促進されます。知財保護を意識した研究者は、自分の創造物が評価され、保護されることを知ることで、イノベーションに対するモチベーションが高まるのです。さらに、知財教育は知的財産権の侵害を避けるのにも役立ちます。研究者が知的財産法について十分な知識を持っていれば、他者の権利を侵害する可能性が低くなり、法的紛争を減らすことができます。新しい製品や技術を開発する際に、自他社の知的財産権の状況をうまく把握することができます。

古河電工の知的財産部がFETIのエンジニアに対して継続的に知財教育を行うことにとっても感謝しています。研究者への知財教育は、イノベーションを促進し、リスクを減らし、ビジネスの成長をもたらします。知財教育のような人的資本投資は、今日の競争の激しいビジネス環境において必要不可欠です。

4 未財務情報 / データ

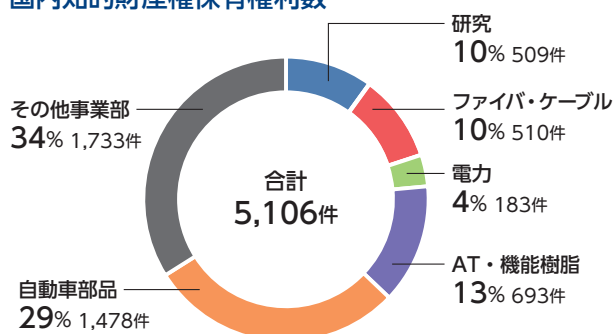
4-1. 知的財産ポートフォリオ

当社グループ固有の差別化技術を知的財産権・技術ノウハウで保護し、ビジネスリスクを最小化します。社会課題解決型事業の強化による成長を実現するため、情報・エネルギー・モビリティでは、詳細な競合分析に基づく知的財産ポートフォリオの構築とその活用を徹底し、2025年に向けた資本効率重視による既存事業の収益最大化を支えます。

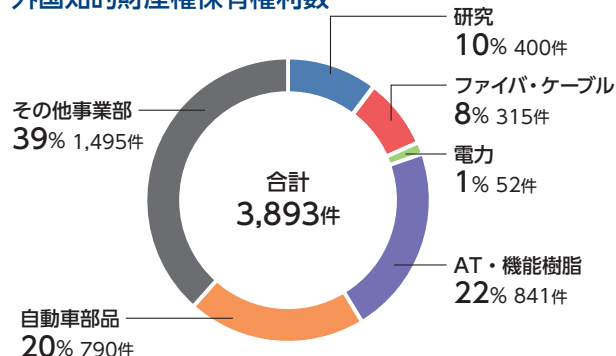
知的財産ポートフォリオの拡充

当社の保有する知的財産権（特許権・実用新案権・意匠権・商標権）の約半数が、光ファイバ・ケーブル（ファイバ・ケーブル事業部門）、電力ケーブルシステム（電力事業部門）、ワイヤハーネス（自動車部品事業部門）、半導体製造用テープ（AT・機能樹脂事業部門）に関するポートフォリオになります。これらの事業でオープン＆クローズ戦略による知的資産活用と、知財リスク低減による事業遂行の安定化を遂行します。

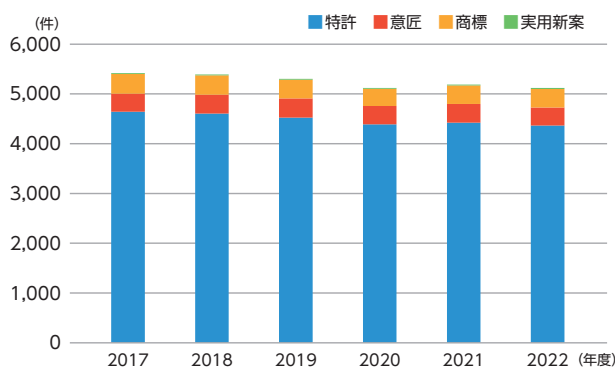
国内知的財産権保有権利数



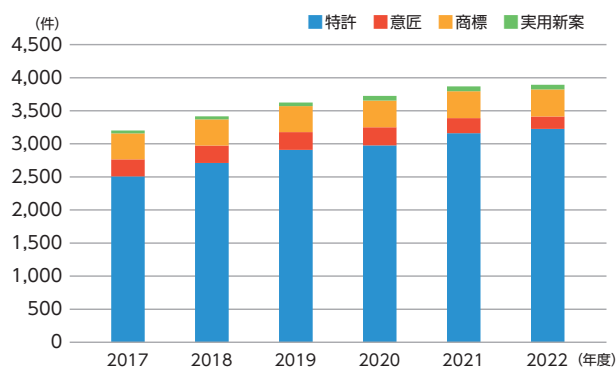
外国知的財産権保有権利数



国内保有権利数



外国保有権利数



知的財産 (特許権) データ

		単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
単体	国内特許保有件数	件	4,605	4,523	4,388	4,423	4,364
	外国特許保有件数	件	2,712	2,910	2,976	3,160	3,225

※件数の増減は、定期的な保有特許棚卸の結果を含みます。

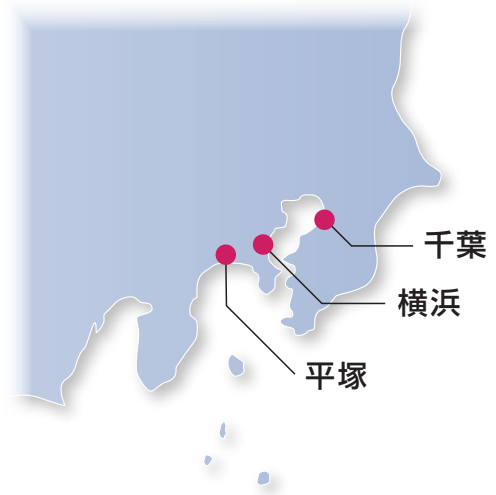
4-2. 活動拠点での取り組み

古河電工の知財活動拠点 (横浜、千葉、平塚)

- 知財総括責任者 (各事業部門および各研究所) の配置
- 知財教育
- 特許表彰、発明補償などの仕組み

当社では、各事業部門および各研究所に「知財総括責任者」を配置し、事業部門、研究所、知的財産部とで編成したチームが中心となり、事業、研究開発、知的財産の三位一体の戦略を実行しています。知的財産部は国内に3つの拠点を構え、事業部門、研究所との日常的なコミュニケーションを密にして活動をしています。

また、知財教育を体系化し、社内で継続的に実施しています。特許表彰、発明補償などの仕組みを整え、発明を奨励しています。



古河電工グループの知財活動拠点 (アメリカ、ブラジル)

- 知財活動の担当者 (国内および海外グループ各社) の配置
- 知財活動の啓発

国内および海外のグループ会社全体で当社の知財活動の方針を共有しています。

国内グループ会社各社には知財活動の担当者が配置されており、知的財産部と連携して、各社の知財活動を推進しています。

OFS (アメリカ) およびFEL (ブラジル) の知的財産部とも、定期的に会議を実施し連携しています。

また、各社のニーズに合わせた知財教育、国内および海外グループ会社も対象にした特許表彰などにより、グループ全体での知財活動の啓発に取り組んでいます。



4-3. 知財教育制度

知的財産の重要性を理解し、戦略的な知財活動を実践できるような教育を実施し、個人のスキル向上につなげています。

- ・実務経験に合わせ必要な知識を体系的に習得できる5つの研修コース
- ・知財分野の第一線で活躍されている有識者を招いた講演会
- ・独自に作成された常時学習可能なeラーニング教材
- ・営業部門向けの基礎研修

また、海外のグループ会社に対しては、現地の事情や要望に合わせた個別研修を開催して意識向上を図っているほか、グループ全体へ定期的に情報誌 (IP-Newsletter) を発信し、知財リスクへの気付きなど、各社の知財活動を啓発しています。

研修プログラム	内容	新入社員	中堅社員		基幹社員	経営層
		技術系 事務系	技術系	事務系		
①入門コース	知的財産制度概要	←→				
②権利化基礎コース	特許出願		←→			
③権利化発展コース	権利化実務・外国出願		←→			
④契約基礎コース	契約の基礎		←→			
⑤知財マネジメントコース	戦略の立案・契約の応用・IP ランドスケープの活用				←→	
知財有識者講演会	外部講師を招いての講演		←→			



4-4. 表彰制度

当社グループの成長につながる優れた知財活動に対して社長特許表彰制度を設け、チームのモチベーション向上につなげています。

- ・高い価値があると認められた特許に対する「発明賞」
- ・戦略的な特許出願や技術ノウハウの秘匿化など優れた知財活動に対する「知財活動賞」

なお、社長表彰は特許表彰以外にも、技術表彰・営業部門表彰・ESG表彰・安全衛生活動表彰などを多岐にわたり行っています。毎年、海外のグループ会社からも応募があり、表彰式では互いの成果を共有してグローバルな技術交流が生まれています。

表彰		対象	評価観点	2022年度
発明賞	優秀発明賞	価値が高いと認められた特許発明	特許の運用性や技術的価値、強さなど	2件
	①戦略的出願活動部門	自他社特許の調査・分析を活用し、戦略的に特許出願行った部門		1件
知財活動賞	②秘匿技術ノウハウ提案活動部門	価値が高いと認められた秘匿技術ノウハウ提案を行った部門	ノウハウの運用性や技術的価値、戦略性など	1件
	③模倣品対策活動部門	商標権・意匠権・著作権を活用した模倣品対策により顕著な成果を上げた部門	模倣品の販売中止や差し止めの実績、対策など	なし

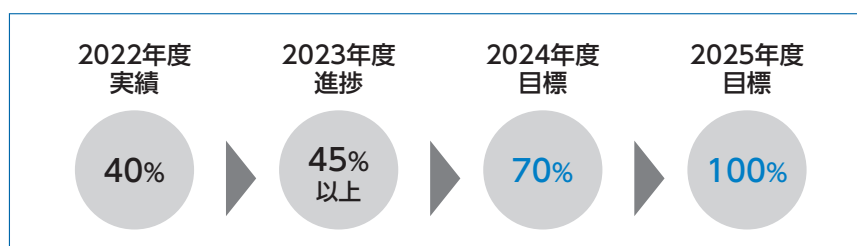
4-5. サステナビリティ指標 (IP ランドスケープ実施率)

社会課題解決型事業の創出による飛躍を実現するため、次世代インフラを支える事業・環境配慮事業では、IP ランドスケープを推進し、2030年に向けた新事業創出のための基盤整備を支えます。

サステナビリティ指標として、2022年時点で設定した事業強化・新事業創出テーマに対し、2025年度に全件実施(100%)を設定しています。

事業強化・新事業創出テーマには、「2025年に向けた資本効率重視による既存事業の収益最大化」(光ファイバ・ケーブル、電力ケーブルシステムなど) および「2030年までに実現する新事業創出に向けた基盤整備」(グリーンLPガスなど)に関するテーマが含まれています。

指標と目標



知的財産報告書 2023 発行にあたり

当社グループは知的資産を「未来財務」として捉え、リスクミニマム・チャンスマキシマムの両面で、知的資産の創出からその活用による優位性の構築を支える活動を目指しています。今年度は新社長のスローガンである「知的資産で競争優位を築こう」を実現するために、知的資産に裏付けられた強みを可視化し、それを価値へ転換する価値創造プロセス構築を重点的に進めています。

本報告書では、「人づくり」「強みづくり」「価値づくり」

とした価値創造プロセスの事例をご紹介しました。本報告を通して当社グループの知財活動による企業価値創造についてご理解が深まれば幸いです。

2024年2月
シニア・フェロー 知的財産部長
大久保 典雄





世紀を超えて培ってきた素材力を核として
絶え間ない技術革新により
真に豊かで持続可能な社会の実現に貢献します



知的財産報告書 2023

古河電気工業株式会社
知的財産部