

2008年1月28日(月)

Canon
make it possible with canon

国際シンポジウム 知的財産と東アジア・ルネッサンス
『知的財産と世界経済の成長』

東アジアにおける キヤノンの 企業経営と知的財産

キヤノン株式会社
専務取締役
知的財産法務本部長

田中 信義

1937年 カメラ事業でスタート

= 創業時からの経営哲学 =

- 「人間尊重」
- 「自分の技術で勝負する」(独自技術)

独自技術による
多角化

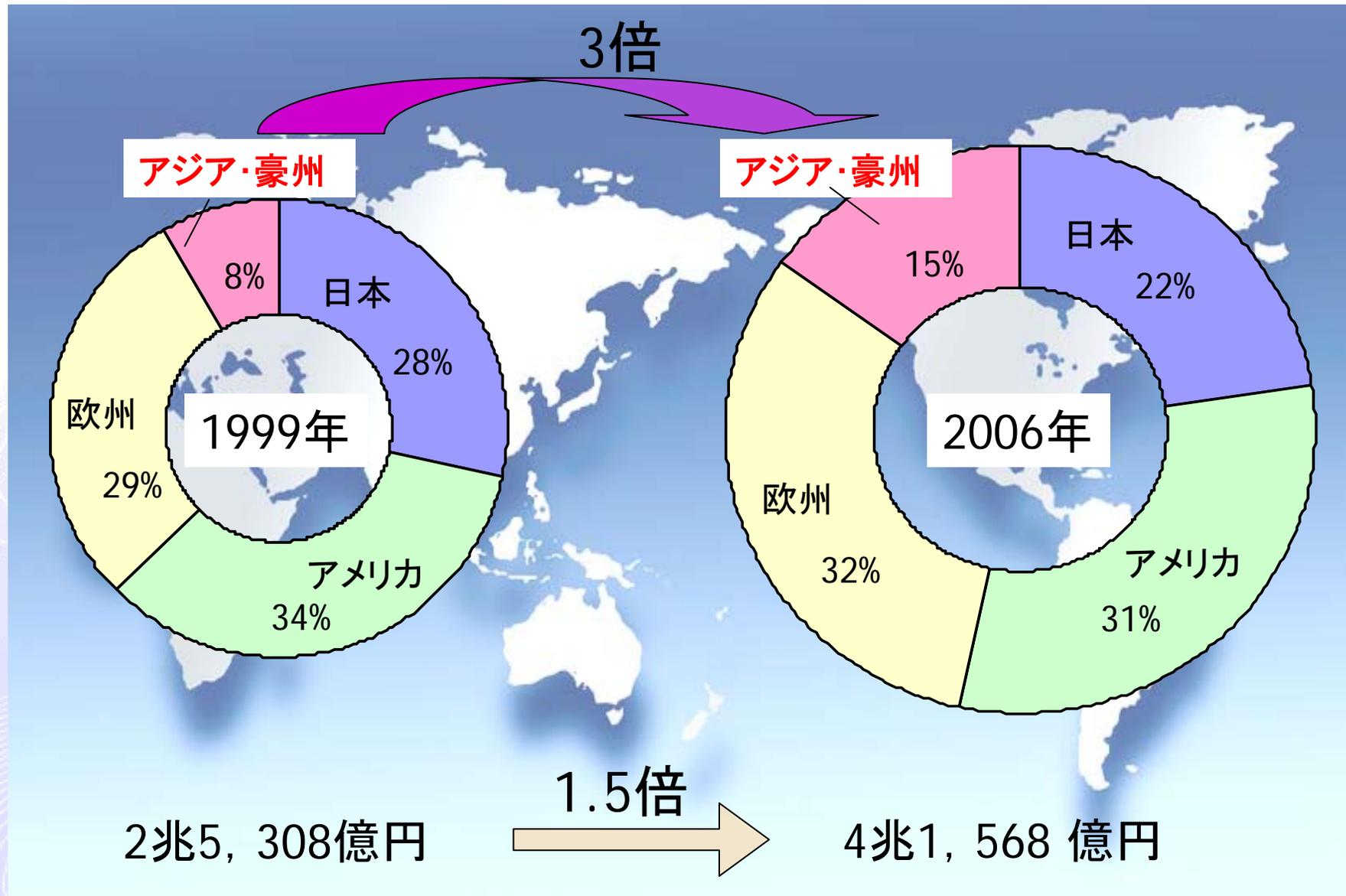
世界の
トップシェア

- | | |
|-------------|-----|
| ▪ デジタルカメラ | 22% |
| ▪ 普通紙複写機 | 28% |
| ▪ LBP(カラー) | 52% |
| ▪ LBP(モノクロ) | 60% |
| ▪ 大基板液晶露光装置 | 51% |
| ▪ TV局用レンズ | 60% |
| ▪ イメージスキャナー | 35% |

* 06年データ キヤノン推定値

独自技術による失敗例: シンクロリーダー、オフコン、**FLC**、多数

会社紹介 売上高 地域別内訳 (連結)

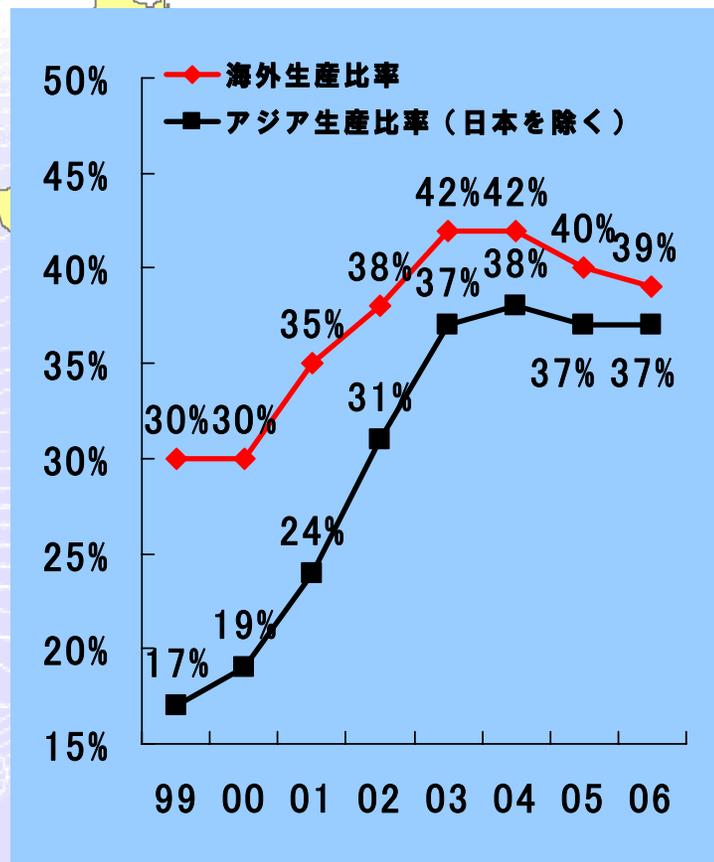


キヤノンのアジアへの展開

生産、ソフト開発拠点



海外生産比率



各製品の特性を見据えた生産基地の選定

1. 国内

- ・高付加価値製品（人件費を吸収）
 - 高級複写機、デジタル一眼カメラ
- ・自動化が徹底できる製品
 - 消耗品等

2. アジア地域

- ・一極集中を避け、地域分散を行なう
 - 政情不安、SARS等の不測の事態への対応
- ・他社とのコスト競争が厳しい製品
 - インクジェットプリンタ、白黒LBP

- ・70年代～80年代
- ・90年代以降

米国 ⇒ 日本
日本 ⇒ 中国等アジアへ

= アジア地域の台頭 =

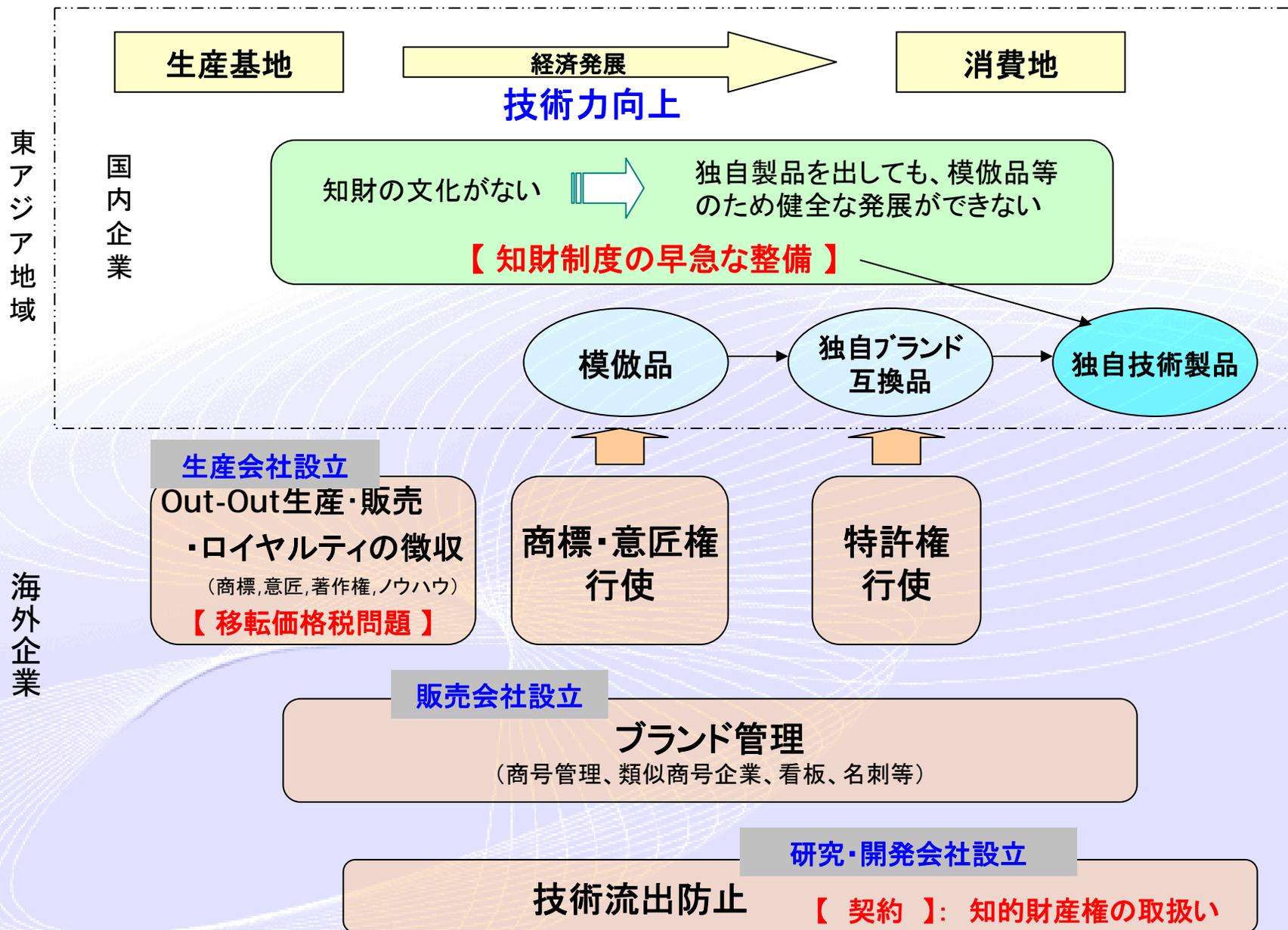
- ・生産基地
- ・技術力の向上
- ・大消費地(市場)へ

国際競争力を強化するために、

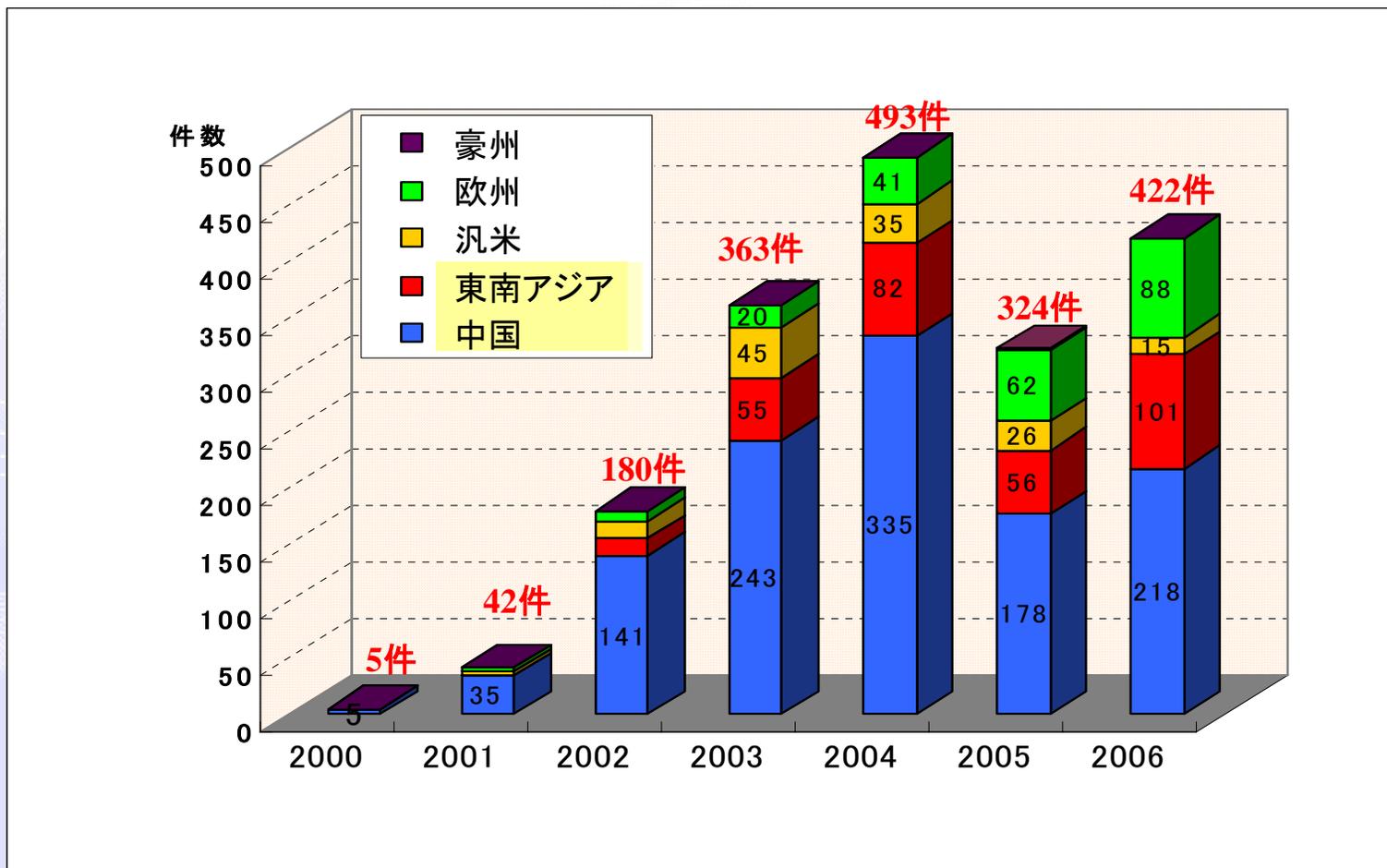
- ・新しい知(技術)を創造し、新製品を生み、これをベースに、新事業を展開する
- ・この「知」を知的財産権にして新事業を守る

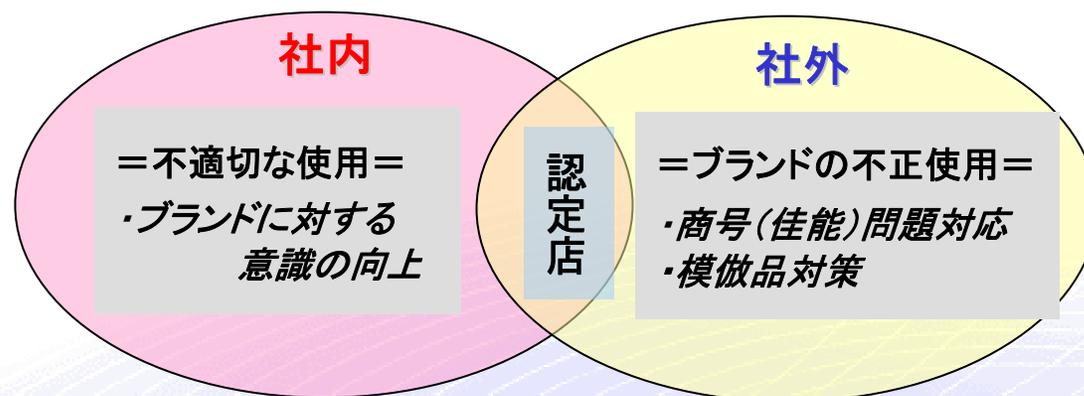
知的財産立国

経済の発展と知的財産



地域別推移





1. キヤノンロゴ管理体系の作成
2. 各地の支社(店)にブランド管理委員会設置
・ブランド管理研修開催



広州支社(中国)

意識改革 : 「国・地域により、文化や考え方が違う」

1. 生産会社

- ・物的管理 ⇒ キーパーツ、キーデバイスは日本で生産
- ・人的管理 ⇒ 規程類の整備、契約による機密保持義務の徹底
- ・情報管理 ⇒ 現地生産に必要な最小限の電子図面送信/徹底管理

2. ソフト開発会社

- | | |
|---------------------|---|
| (1) 構内セキュリティ
管理 | ①入出人員の管理(ガードマン)
②社員のIDカード管理
③個人ごとのパスワードによる入退出 |
| (2) 機器管理 | ①入出時、個人の持ち物検査(メディア検査等) |
| (3) インターネット
接続管理 | ①インターネットへのアクセス禁止
②イントラネット内のデータをデータ毎にアクセス管理 |

世界の経済が健全に発展するためには、
イノベーションの推進、及びそれを促進させるための
知財制度の整備が重要

現状

- ① 模倣品は、健全な産業の発展を阻害し、
ブランドの毀損だけでなく、国民の安全への脅威、
犯罪組織の資金源問題もある
- ② 知的財産保護は、国・地域により法制度の差があり、
また運用上の問題もある

先進国は、東アジアの知財制度の整備に積極的な支援を！

要請と協力