

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

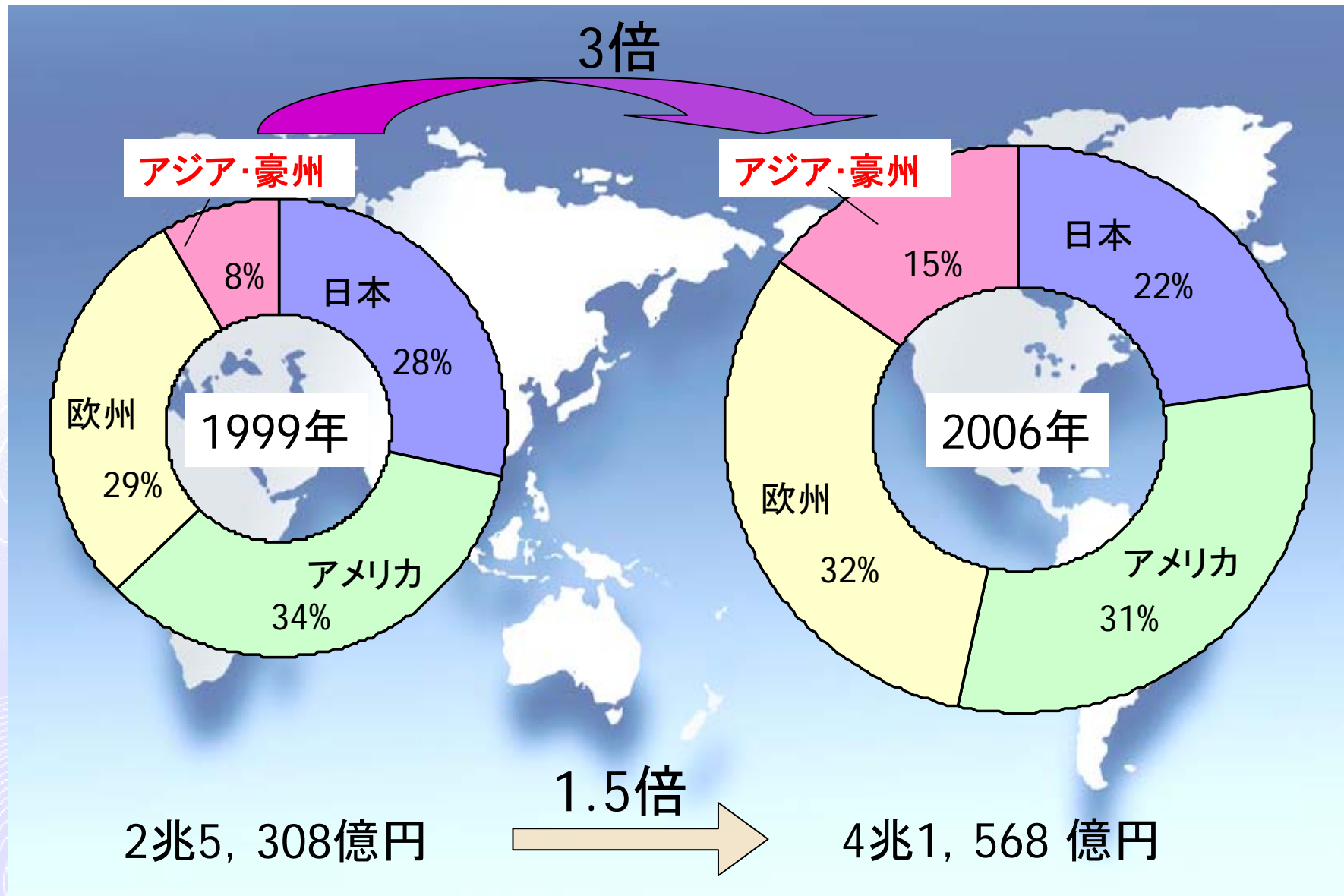
世界の  
トップシェア

- |             |     |
|-------------|-----|
| ▪ 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)

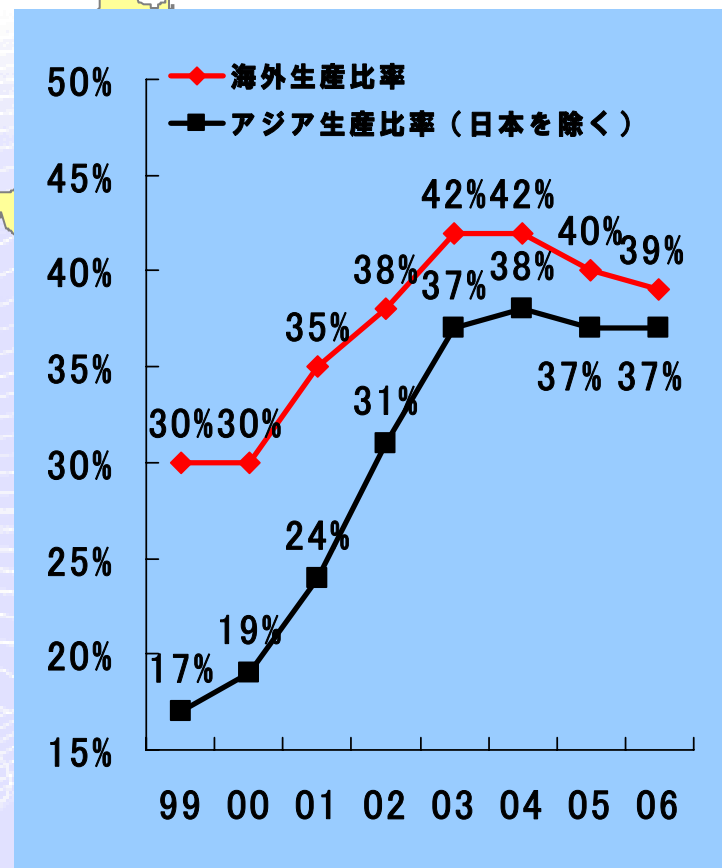


# キヤノンのアジアへの展開

## 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 =

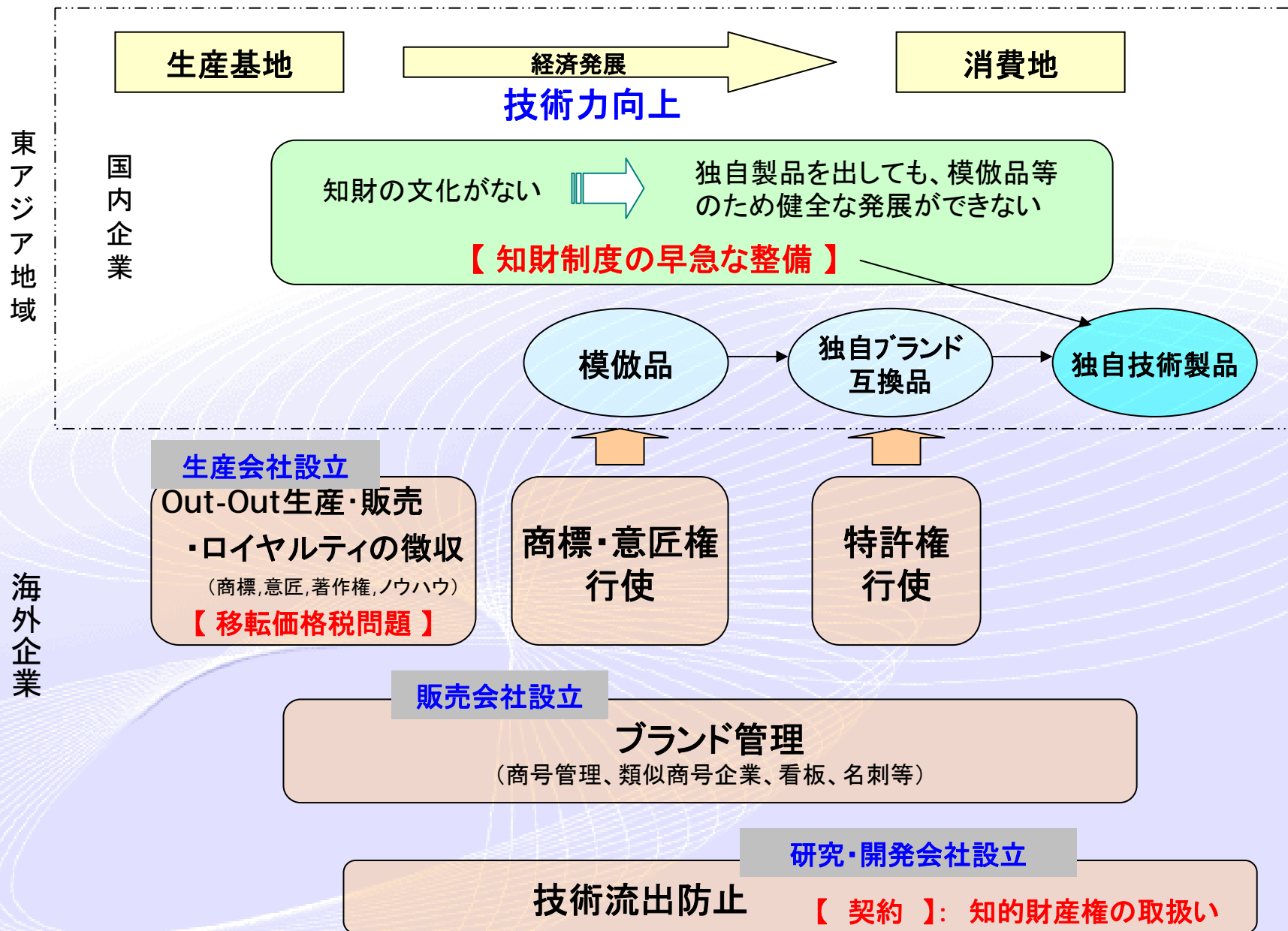
- ・生産基地
- ・技術力の向上
- ・大消費地(市場)へ

国際競争力を強化するために、

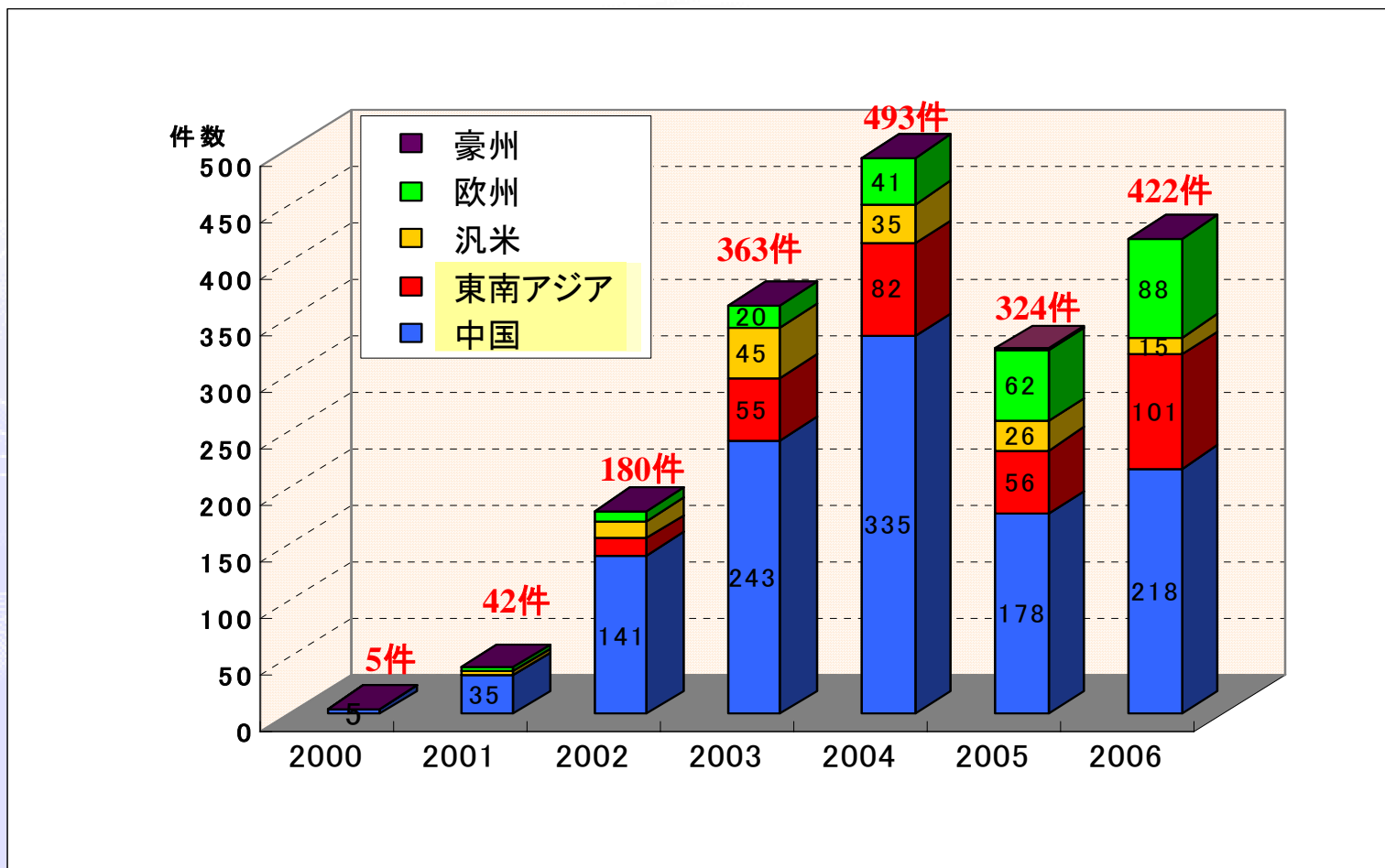
- ・新しい知(技術)を創造し、新製品を生み、これをベースに、新事業を展開する
- ・この「知」を知的財産権にして新事業を守る

知的財産立国

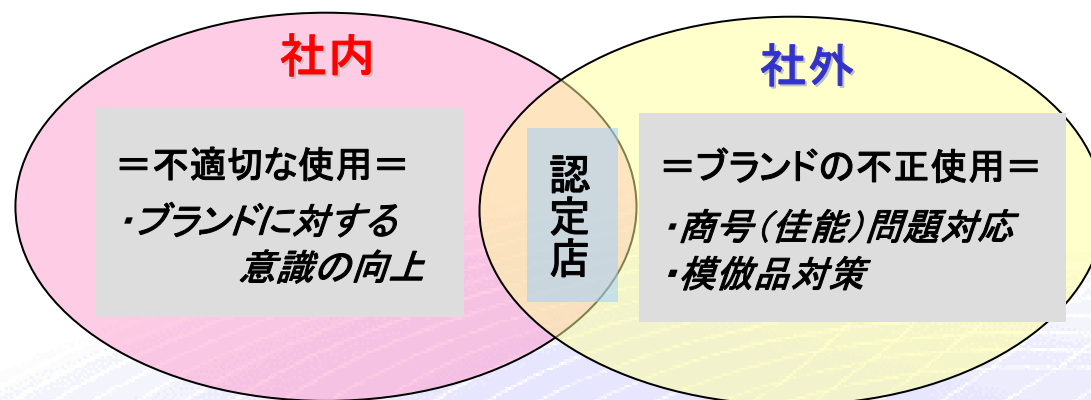
# 経済の発展と知的財産



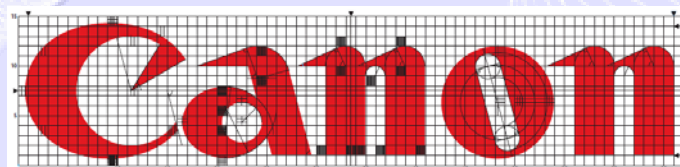
## 地域別推移







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<br>管理  | ①入出人員の管理(ガードマン)<br>②社員のIDカード管理<br>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<br>接続管理 | ①インターネットへのアクセス禁止<br>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**