

三菱総合研究所、デザインと知財を活用したスタートアップ成長事例集を制作

デザイン×IPの実践を通じ、スタートアップの事業成長を支援

株式会社三菱総合研究所(代表取締役 社長執行役員: 藪田健二、以下 MRI)は、特許庁「デザイン×IP スタートアップ 15 社の実践事例集」の制作を担当しました。本事例集は、デザインと IP(知的財産)を一体的に活用し、プロダクトやサービスの価値を高めながら事業成長につなげるスタートアップ 15 社の実践を紹介するものです。

1. 背景

スタートアップは革新的な技術やビジネスモデルによって語られることが多い存在ですが、その良さが顧客や市場に伝わらなければ、プロダクトやサービスは選ばれません。

プロダクトやサービスの価値を直感的に伝える役割を担うのがデザインであり、企業の思想や戦略を形状、操作性、質感、たたずまい、使用体験として具体化します。

一方で、生み出された独自性を持続的な競争力につなげるには、デザインを IP として適切に保護し、活用する視点が重要です。特に意匠権は、物品や画像、建築物、内装などの外観を保護する制度で、スタートアップにも活用しやすい IP の一つです。

IP は、模倣防止のための制度にとどまらず、自社の独自性を明確にし、事業提携、資金調達、海外展開などを支える経営資源でもあります。デザインと IP を経営戦略の中で一体的に活用することは、スタートアップが独自の価値を社会に提示し、成長を実現していくうえで有効なアプローチです。

2. 概要

デザイン×IP を活用するスタートアップ 15 社の実践事例

本事例集では、ロボティクス、家電、防災、飲食、福祉、SaaS、ディープテック、知財サービスなど、多様な領域のスタートアップ 15 社を取り上げています。

各社がデザインを、事業価値を生み出す重要な要素として位置づけ、意匠権や特許権、商標権などを組み合わせ自社の強みを守り、成長につなげている工夫をまとめました。

主な掲載内容

- ・企業の思想や戦略を「かたち」にするデザインの役割
企業が大切にしている価値や世界観を、プロダクトやサービスの形状、操作性、質感、使用体験として具体化するデザインの役割を整理しています。
- ・事業成長を支える IP 活用
意匠権をはじめとする IP を、模倣防止だけでなく、ブランド形成、取引先との信頼構築、投資家への説明、海外展開の基盤として活用する考え方を紹介しています。
- ・出願タイミングを経営判断として捉える視点
意匠を出願するタイミングや守るべき要素を、単なる法務手続きではなく、競争優位の源泉を定める経営判断として捉える視点を示しています。

・意匠制度と支援制度の紹介

意匠制度の概要、意匠権のメリット、特許庁の支援制度を紹介し、次のアクションにつなげやすい内容としています。

図 本事例集で紹介しているデザイン×IP 活用事例の抜粋

01. GROOVE X 株式会社

生命感をつくり、守り、届ける — デザインと知財で切り拓くロボティクスの新しい価値



開発段階に応じた商品の意匠登録。初期には特許意匠を活用して意匠意匠を保護しながら、意匠権意匠も得た

「おもちゃ」で終わらせないための設計思想

「生命感」の重視は、LOVOTの開発設計に色濃く反映されている。おもちゃは一時的な刺激、いわばアドレナリンによって楽しさを提供するが、時間とともに飽きが来る。一方、ぬいぐるみやペットのように愛着が形成される存在は、人の生活に自然に溶け込み、長く寄り添い続ける。LOVOTはこの「愛着形成」が生じる仕組みを徹底的に追究したプロダクトだ。

あらかじめ決められた入力に対して決まった反応を返すのではなく、内部に「不安」「興味」「興奮」のパラメータを持たせ、人がすべてを制御できない構造を採用。予測できないふるまいは、関わるほどに生き物のような個性を生じさせる。その結果、利用者の多くがLOVOTを「家族」のように捉え、サブスクリプションサービスにおける1,000日後の継続率は約90%という極めて高い水準を示している。

部分意匠、関連意匠、秘密意匠制度をフル活用

こうした価値を支えているのが、創業当初から一貫して取り組んできた知財の戦略的活用である。GROOVE Xでは「知財を守らなければビジネスは守れない」という強い危機感のもと、設立時から特許・意匠・商標を組み合わせた「知財ミックス」によって、製品や技術を多層的に保護する戦略をとっている。開発途中の段階でも秘密意匠¹⁾を活用して意匠権を取得し、特許出願ではあえてデザインを抽象化した図面を用いるなど、外観模倣を防ぐための工夫も重ねている。製品全体だけでなく部分意匠や関連意匠を活用し、複数のレイヤーで権利を押さえることが、実効性の高い権利行使につながるという。創業から数年後の、LOVOTを対外公表するタイミングでは、デザイン・知財の専門人材を社内に取り込み、より機動的な体制も整えた。

守る対象は、製品の外観だけではない。たとえばLOVOTの特徴である「ぬいぐるみのような柔らかさ」は、

技術的な実現が難しいスキン素材だからこそ特許で保護されている。また、生命感に不可欠な「柔らかさ」を実現するため、CPUが発する熱をスキンへ循環させる技術や、人の動きを見てから反応するまでの時間を短縮する技術など、「生命感」という抽象的な価値を具体的な技術として定義し、知財に落とし込んできた。

こうした知財の蓄積は、事業成長の基盤にもなっている。取引先企業からは、面白い知財を持っているという点に関心を持たれ、協業へつながるケースも少なくない。ToC向けにはデザインが、ToB向けには知財が同社の顔となり包括的なビジネス展開を支えている。

海外展開には意匠権が必須

海外展開においては、特に意匠権を重視する。その背景には、2012年および2016年にアップルがサムスンに対して行った知的財産訴訟の影響がある。この訴訟では、損害賠償額の大部分を意匠権の侵害が占める結果となった。米国では、意匠権侵害が認定された場合、

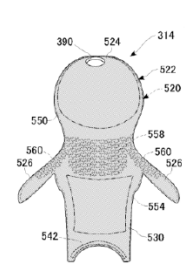
要件次第で侵害者が製品販売によって得た全利益を損害賠償として請求できる制度が存在する。意匠権の有無がビジネス上のリスクとリターンに大きく影響している。この事例を通じて、両社も意匠権の重要性を改めて認識したという。

GROOVE Xの根津氏は、意匠出願は「思っているほど大変ではない」と語る。情報や支援制度が整備され、スタートアップや個人でも取り組みやすい環境が整いつつあるという。

源泉になるのを見据えながら、必要な知財に計画的に投資する。エタールリンクの取り組みは、強いビジョンこそが、知財を戦略として機能させる原動力であることを示している。

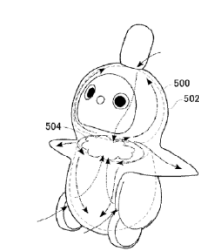
思想を形にし、その形や技術を権利で守り、世界へ広げていく。ビジョン、デザイン、そして知財の三位一体の取り組みが、GROOVE Xの競争力を確かに支えている。

特許第6517458号「柔らかい外殻を有するロボット」



LOVOTの特徴である「柔らかさ」と「体感」を実現する仕組みは、特許でそれぞれ保護されている

特許第7537507号「ロボットおよびその外殻」
(内蔵する制御で温められた液体がロボット全体に行き渡る仕組み)



¹⁾ 意匠権の登録登録の日から3年間に限り意匠公開に意匠の内容を掲載しないことを請求することができる制度

出所:特許庁「デザイン×IP スタートアップ15社の実践事例集」

本事例集のポイント

掲載事例からは、デザインとIPは限られた企業だけの特別なものではなく、すべてのスタートアップに開かれた成長のための力であり、事業に生かせる資源であることがわかります。

また、デザインとIPは、開発の後工程で個別に検討するのではなく、事業構想やプロダクト開発の初期段階から一体的に考えることが重要です。どのような価値を社会に提案し、それをどのような体験として届けるのか。そして、どの要素をIPとして守り、事業成長に活かすのか。これらを一体的に検討することが持続性のある競争力につながると示しています。

3. 今後の予定

MRIはこれまで、デザイン経営、知財活用、スタートアップ支援、産業政策に関する調査研究や実践支援を通じ、企業が自社の個性や強みを起点に新たな価値を生み出すプロセスを支援してきました。

今後も、本事例集の制作を通じて得られた知見を活かし、デザインとIPの活用、経営ビジョンやブランド戦略の策定、新規事業開発、事業成長に向けた知財戦略の検討など、幅広い経営コンサルティング領域に展開します。

また、関係機関との連携や実践的な調査活動を通じて、企業が自社の思想や技術、ブランドを社会に伝え、IPとして守り活用しながら、持続性のある競争力と共創力の向上につながる取り組みを支援します。これにより、スタートアップ・エコシステムの発展と、日本の産業競争力強化に貢献します。

参考

「デザイン×IP スタートアップ 15 社の実践事例集」

発行者：特許庁

制作：株式会社三菱総合研究所 DESIGN×CREATIVE TEAM

山越理央、田丸文菜、町田匠人

発行年月：2026 年 6 月

URL: https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/info/design-ip_jirei.html

本件に関するお問い合わせ先

株式会社三菱総合研究所
〒100-8141 東京都千代田区永田町二丁目 10 番 3 号

【内容に関するお問い合わせ】

DESIGN×CREATIVE TEAM デザイン×IP 事例集担当
メール: design_keiei_research@ml.mri.co.jp

【報道機関からのお問い合わせ】

広報部
メール: media@mri.co.jp