

Search PARI

PUBLICATIONS

政策提言

Policy Briefs

業績一覧

発表論文

Working Papers

コラム

インタビュー

研究ノート

季刊誌・書籍等

書評

ブログ

アーカイブ

Policy Issues

研究報告等

震災復興支援サイト

用語集

-  Twitter
-  Facebook
-  YouTube
-  Magazine

マーケティング・ツールとしての知的財産


東京大学政策ビジョン研究センター客員研究員

杉光一成

 いいね! 0

2014/10

このワーキングペーパーは2014年10月に、東京大学政策ビジョン研究センター 知的財産権とイノベーション研究ユニット 知的資産経営研究講座 の研究成果として取りまとめたものです。全文は下記PDFをご覧ください。

 マーケティング・ツールとしての知的財産

要約

本稿は、知的財産が有用かつ有力なマーケティング・ツールであり、マーケッターに今まで以上に用いられるべきことを示すことを目的とする。本ペーパーは、知的財産が「市場参入抑制機能」、「市場排除機能」そして「経営情報開示機能」等のマーケットに直接関係する複数の機能を有していることを示すとともに、マーケティング、すなわち市場調査、セグメンテーション、ターゲティングそしてマーケティング・ミックス等に知的財産がどのように貢献できるのかについて論じる。本稿は、既存市場の維持・拡大そして新市場の創造のためのマーケッターのツールとして知的財産の持つ有用性とその可能性を明らかにする。

Abstract

The purpose of this working paper is to demonstrate that intellectual property (IP) is a useful and powerful marketing tool and should be utilized by marketers more than ever. This working paper attempts to illustrate how IP contributes to marketing, namely, market research, segmentation, targeting and marketing mix, revealing that IP has multiple functions directly related to market such as Function of Detering Market Entry, Function of Exclusion from the Market and Function of Disclosing Corporate Strategy. This working paper shows the usefulness and potential of IP as a marketers' tool for maintaining the market share, expanding the market and creating a new market.

 いいね! 0

[▲このページの先頭に戻る](#)