

『マーケティングの最強ツールは知財である』

お詫びと訂正

2024年9月4日

(株)中央経済社

本書におきまして、下記の誤りがございました。謹んでお詫びするとともに訂正いたします。

版次・刷数	該当箇所	誤	正
第1版 第1刷	p.70 図表 3-24 の タイトル	一時的な競争優位のイメージ	持続的な競争優位のイメージ
	p.164 下から9行目	防止素材	防水素材
	p.218 14行目	図表 11-6	図表 11-7
	p.250 19行目	堀口真紀子	堀口麻起子