



(株)レイテック



IPランドスケープ 実戦セミナー (テキスト)

2022.05

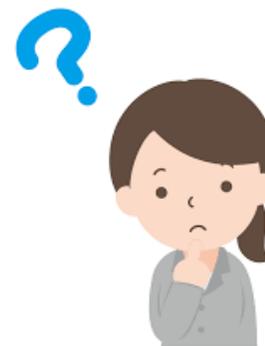
レイテック 本社 白鳥
関西支社 竹中

はじめに

- IPランドスケープ実践セミナーのテキストとして、レイテックのノウハウを公開します
- 本書では、机上で論じるIPランドスケープではなく、学ばれた方が実践できるIPランドスケープとして、実践の仕方を解説しています
- 事業が成熟したり外的要因で事業の脅威な因子を有したりして、事業に危機を有する現場の方々が自ら、具体的な「実行」あるいは「行動」の提言を導き出す手順を紹介しています
- 言い換えれば、本書の手順に沿ってステップを踏めば、「開発戦略の提言」に辿り着ける、その方法をまとめています

IPランドスケープは 普及しているの？

- IPランドスケープのIPは Intellectual Property（知的財産）、ランドスケープは landscape（眺め、景観）ですが、両者合わせて、「競争優位を作るための知財有効活用」といわれ、2017年の日経新聞でも大きく取り上げられました。
(2017年7月17日 日経新聞朝刊)
- あれから5年
果たしてIPランドスケープは
普及しているのでしょうか？



IPランドスケープは あまり活用されていない？

確かにIPランドスケープを活用したM&Aの紹介事例もあります。

でも、そのほとんどは 限られた大企業に限定されていました。

→ どうやら、結果がでるまで数年かかること

高価なデータベースが必要とされていたこと

などの理由で

実際は 多くの企業には普及していなかった、というのが実情のようです。

レイテックでは 「実践できるIPランドスケープ」を目指して、ここ3年
お客様方とのやりとりのなかで、ようやく一つの手順が出来上がりました。

➔ 本テキスト資料をきっかけに、

御社の「実践できるIPランドスケープ」が
進展することを願っております。



実践できるIPランドスケープのご提供

- 確かにIPランドスケープを活用したM&Aの紹介事例もあります。
- でも、そのほとんどは 限られた大企業に限定されていました。
- → どうやら、結果がでるまで数年かかること
- 高価なデータベースが必要とされていたこと
- などの理由で
- 実際は 多くの企業には普及していなかった、というのが実情のようです。

- レイテックでは 「実践できるIPランドスケープ」を目指して、ここ3年
- お客様方とのやりとりのなかで、ようやく一つの手順が出来上がりました。
- ➔ 本テキスト資料をきっかけに、
御社の「実践できるIPランドスケープ」が
進展することを願っております。

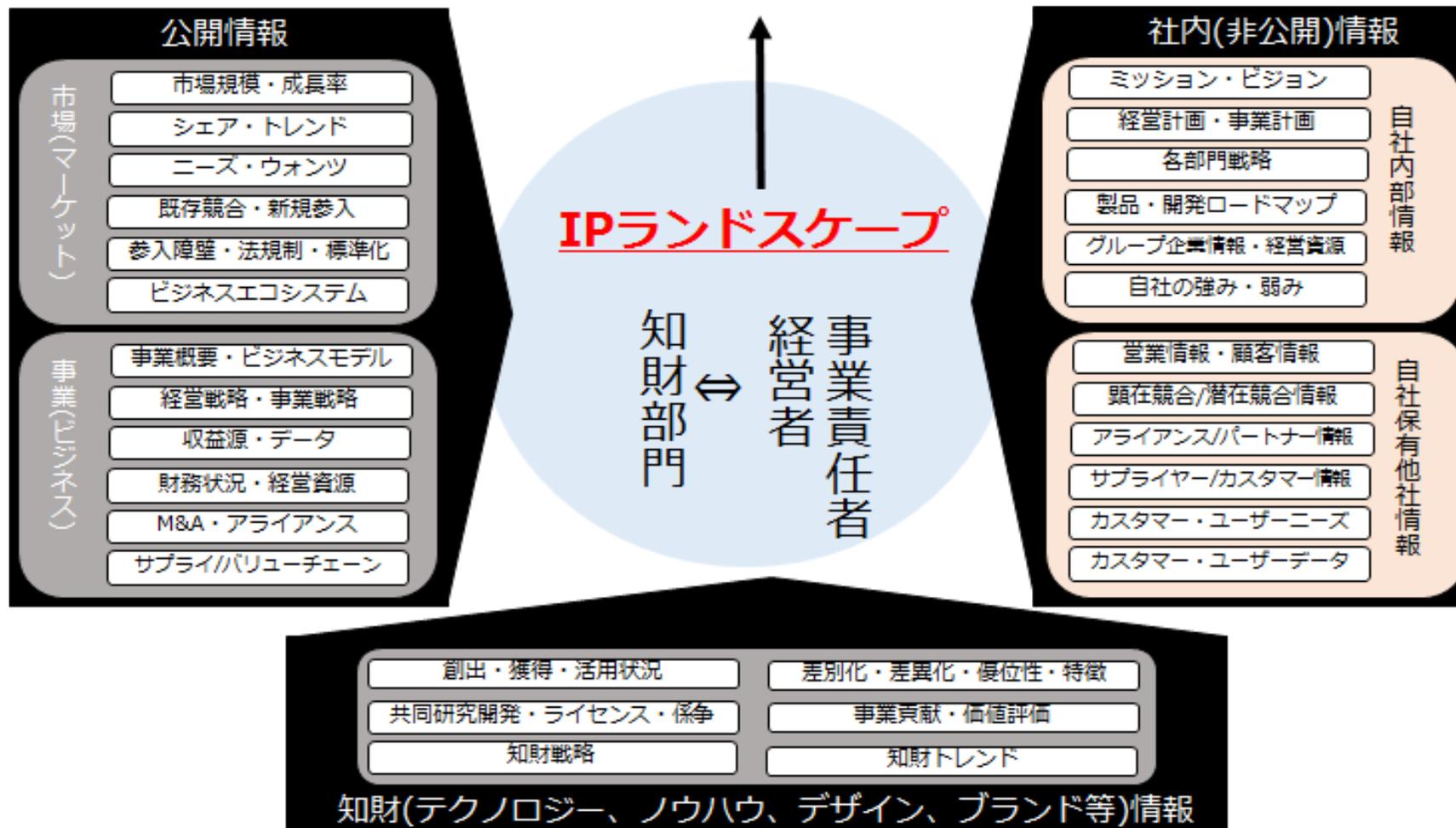


特許庁が公表するIPランドスケープ における 戦略スキル (2017年4月)

- ①知財情報と市場情報を統合した自社分析、競合分析、市場分析
- ②企業、技術ごとの知財マップ及び市場ポジションの把握
- ③個別技術・特許の動向把握 (例：業界に大きく影響を与えうる先端的な技術の動向把握と動向に基づいた自社の研究開発戦略に対する提言等)
- ④自社及び競合の状況、技術・知財のライフサイクルを勘案した特許、意匠、商標、ノウハウ管理を含めた、特許戦略だけに留まらない知財ミックスパッケージの提案 (例：ある製品に対する市場でのポジションの提示、及びポジションを踏まえた出願およびライセンス戦略の提示等)
- ⑤知財デューデリジェンス
- ⑥潜在顧客の探索を実施し、自社の将来的な市場ポジションを提示する。

特許庁が公表するIPランドスケープによる経営・事業戦略の立案・意思決定（2022年4月）

経営戦略・事業戦略の立案・意思決定



IPランドスケープの定義



経営戦略又は事業戦略の立案に際し、

(1) 経営・事業情報に知財情報を取り込んだ分析を実施し、

(2) その結果（現状の俯瞰・将来展望等）を経営者・事業責任者と共有すること

IPランドスケープとは つまり

自社、競合他社、市場の研究開発、経営戦略等の動向及び個別特許等の技術情報を含み、

自社の市場ポジションについて現状の俯瞰し将来の展望等を示すものです。

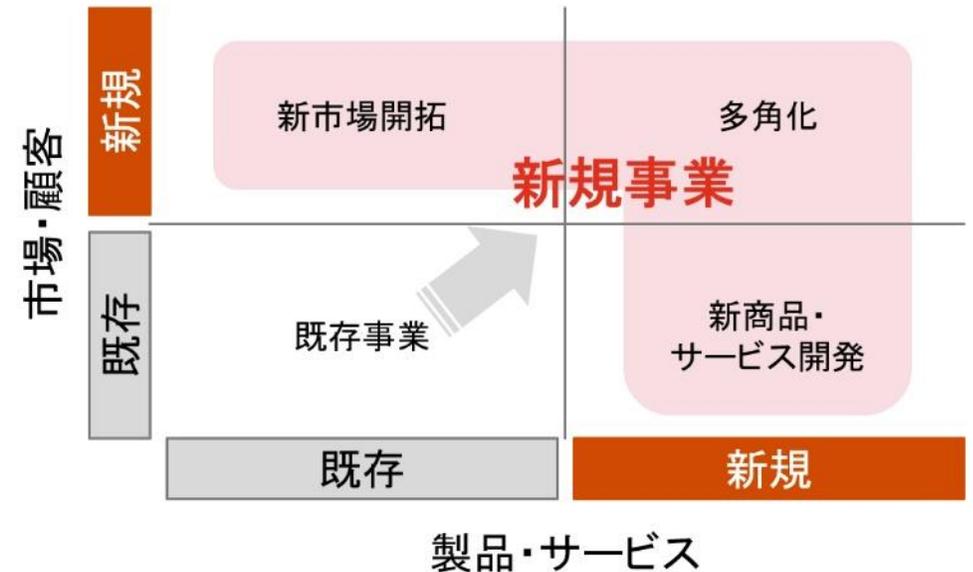
経営と知財を結びつけるのが「IPランドスケープ」と言えます。

市場や競合について十分な知見が社内にはない、新規製品開発・新規事業立上げ時には、必須の取組みです。



大企業に限らず、新規事業スタートに必要

- ①会社の将来ビジョンの策定
 - ②M&Aや事業提携
(オープン・イノベーション)の成功
 - ③新規ビジネスの市場・情勢分析
 - ④事業構造の大転換
 - ⑤知財を生かした資金調達
- が IP ランドスケープの活用法ですが、



- (A) 獲得したコア技術を どのように持続的に発展させるか、
- (B) オープン領域の技術をどのように獲得し、
持続的に発展させるか が重要です。

次に、レイテックがIPランドスケープを提供できる理由

- 「特許情報活用研究会」などで、特許情報をもとにした開発への提言のノウハウを蓄積している
- 特許情報を分析し開発提言を実践してきた手法を進化させIPランドスケープとして確立させることができた
- お客様から、調査・分析・最近ではIPランドスケープの依頼を頂戴し、実案件での実践ノウハウが蓄積できた

まずは、レイテックも語る

「机上で論じるIPランドスケープ」

IPランドスケープを支援するレイテックの役割

レイテックで扱うIPランドスケープは

1. レイテックの知識・経験、特許マップ分析力と非特許情報俯瞰分析力を資源としたIPランドスケープ分析の**提案**
2. IPランドスケープに必要な分析ツール・PAT-LIST・PAT-ValueAS・AI調査員などの提供で、IPランドスケープ分析の**支援**
3. 分析力(レイテックのノウハウ)と分析ツール(レイテックのツール)を活用し、お客様の課題解決をIPランドスケープで**実践**

IPランドスケープを知財経営戦略に導入するにあたっての注意

IPランドスケープの真実

1. 非特許情報(社会・市場・消費動向など一般情報)に戦略の解はありません
2. まれにマーケティング情報に売れる商品の示唆が開示されていますが、開示された段階で、すでに後塵です
3. 都合の良い情報が転がっている訳はなく、IPランドスケープの導入で、新規事業が見つかるものではありません

IPランドスケープの成否は「分析方法に関する知識と経験の豊かさ」と「自社分析ツール」に基づく解決力と提案力



ここが
レイテックの強み

IPランドスケープ-R (レイテック版IPランドスケープ) とは

レイテックで扱うIPランドスケープは

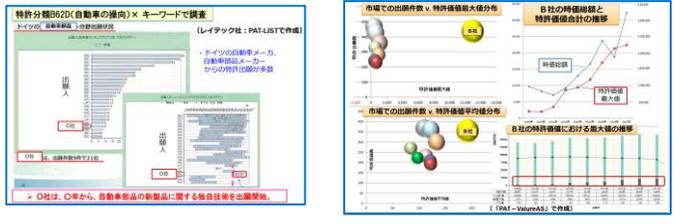
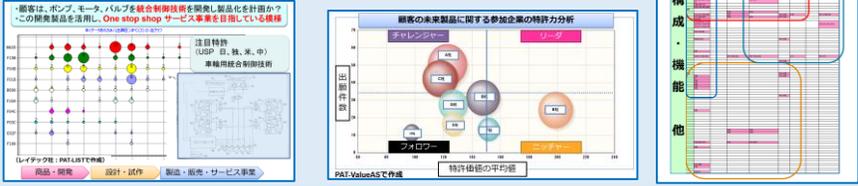
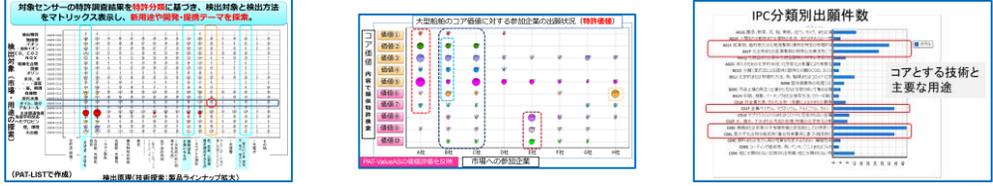
1. お客様のお困りごとをモノとコトでお客様と一緒に解決する
→ (モノ:分析ツール・PAT-LIST・PAT-ValueAS・AI調査員など、コト:IPランドスケープで分析を進める手順ややり方)
2. お客様の技術戦略(あるいは事業戦略)をお客様と一緒に立案する
3. すでに決まった方向性をお持ちの場合、IPランドスケープで成功の可否、成功の糸口を分析提案
そのために、レイテックの知識・経験、特許マップ分析力と非特許情報俯瞰分析力を資源として提供します

IPランドスケープ-Rの実践類型

IPランドスケープでの事業戦略提案

IPランドスケープを適応させる4つの戦略類型

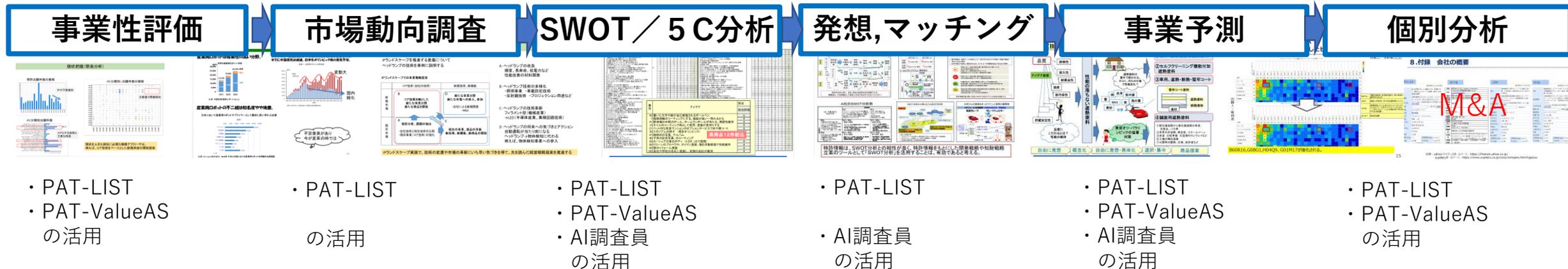
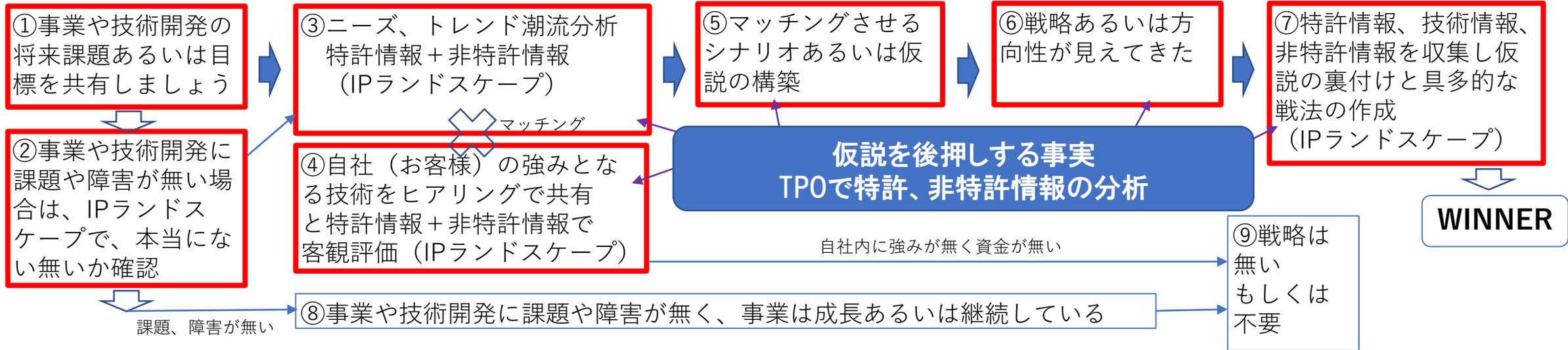
成長・開拓

<p>新規市場</p>	<p>③ 新規市場の開拓 IPランドスケープでコア技術を軸に新規市場を開拓 ・ PAT-LIST ・ PAT-ValueAS の活用</p> 	<p>④ 新規分野への多角化(参入) IPランドスケープで新規分野参入のパートナー抽出 ・ PAT-LIST ・ PAT-ValueAS ・ AI調査員の活用</p> 
<p>既存市場</p>	<p>① 既存事業の強化 IPランドスケープで現状分析とコア技術強化の戦略策定 ・ PAT-LIST ・ PAT-ValueAS ・ AI調査員の活用</p> 	<p>② 新規事業の創出 IPランドスケープでコア技術を軸に新規事業/商品創出 ・ PAT-LIST ・ PAT-ValueAS ・ AI調査員の活用</p> 
<p>コア技術(自社の技術)</p>		<p>新規技術、新機能</p>

発展・進化

IPランドスケープ-Rの実践手順

進め方



ここからが重要な本題、
IPランドスケープの実践のポイント

①取り扱うテーマ (IPランドスケープの分析対象)

- 事業が成熟したり外的要因で事業の脅威な因子を有したりして、事業のお困りごとをテーマにして下さい
- 課題と目的の関係のように、「困りごと」と「提言」の関係を結びつけるのがIPランドスケープです
- **順風満帆、航路の波穏やかな**事業にIPランドスケープは存在しない

②現状の困りごとを整理し 将来どうあるべきかを仮説する

- 「IPランドスケープは」自動で提言が出てくるようなツールではありません
 - 「提言」を発想する作業は、必要です
 - 「発想する手法」は、レイテックで別途講座を用意していますので本格的な発想作業の支援もいたします
 - 「IPランドスケープ」は、自由な発想で将来を仮想し、将来にむけて、有るべき方向やアクションを興すことで成功に至る仮説を立てる
-
- **仮説の実践手法は、セミナーで口述説明します→お楽しみに**

IPランドスケープの実践手順

実事例で説明したいところですが
仮想の実事例で説明します

農業機械の製造メーカーA

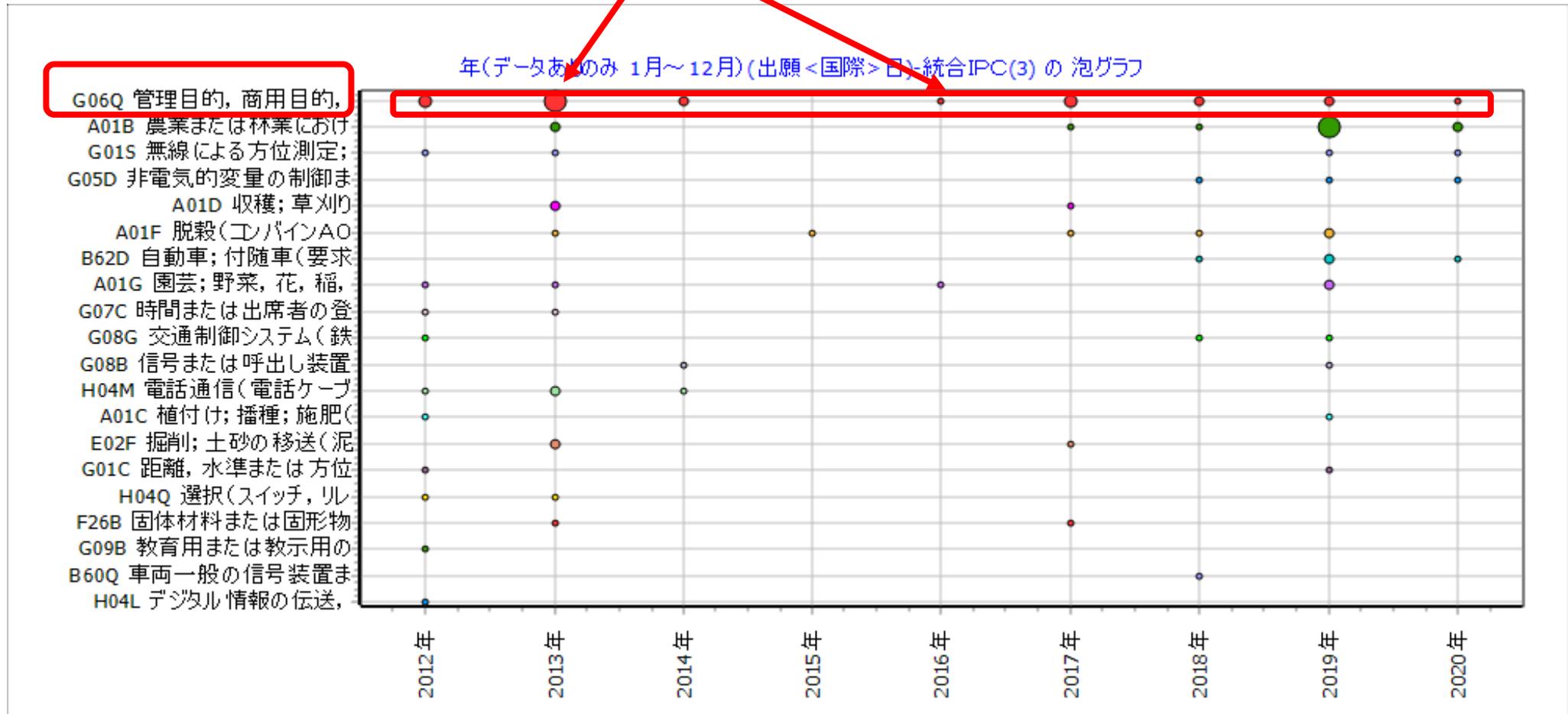
事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦



- ① **（課題）** 国内農業機械の製造メーカーA社は、輸入食料品の増加と、国内の農業継承者の減少による、農業機械の販売伸び悩みに困っていました。
- ② **（技術課題）** 同社の農業機械は多くの特許もあり、従来は販売も順調だったので、技術開発には 問題なし、と判断しました。
- ③ **（ニーズ分析）** 従来の、農場における植付、生育管理、収穫、処理に留まらず、これからは情報・通信技術を活用した「スマート農業」が必要だと予想しました。
- ④ **（客観評価）** IPランドスケープにより自社の強みを客観評価しました。縦軸にIPC分類、横軸に出願年をとって分析しました。

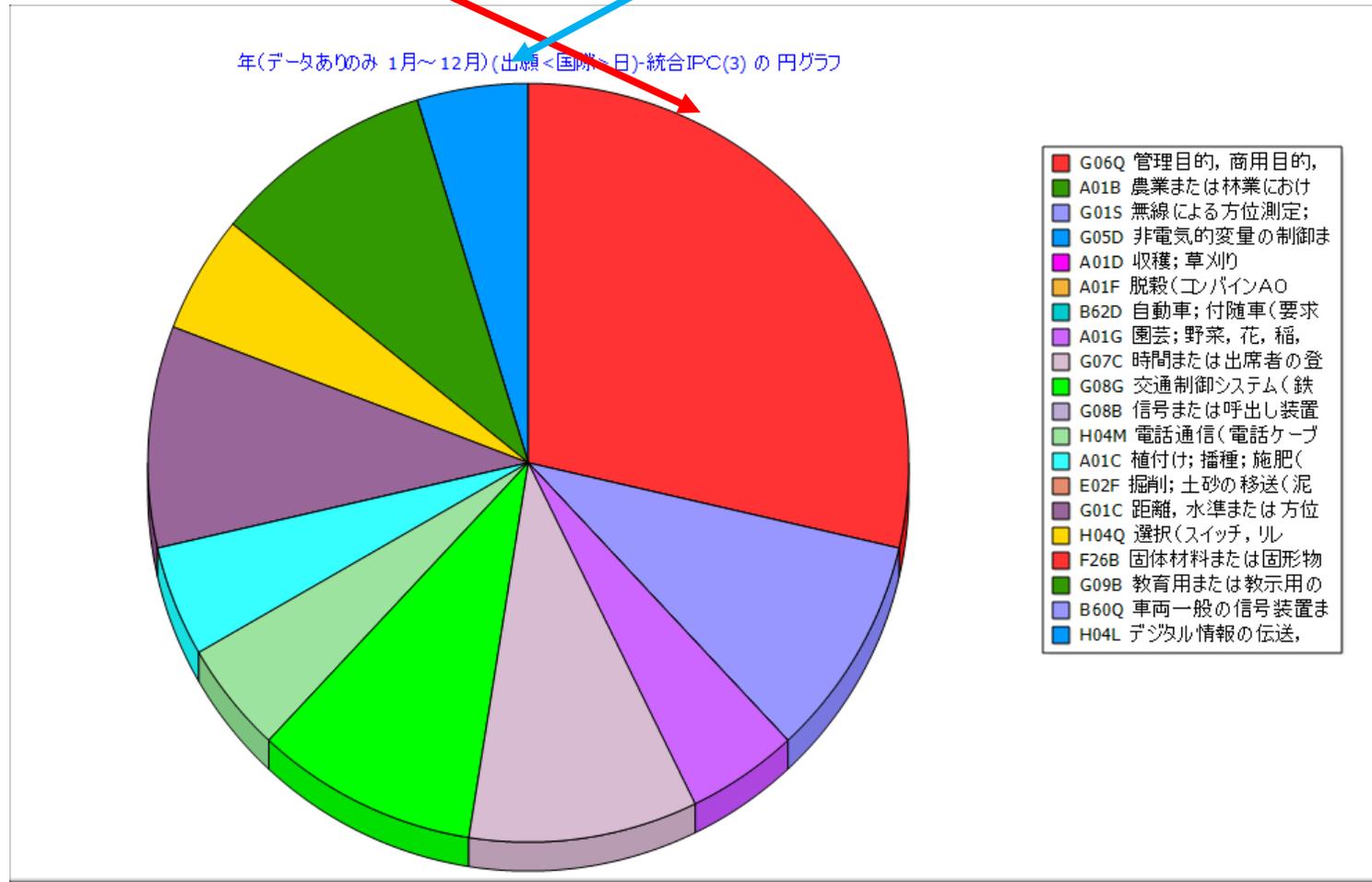
事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦(3)

④ 詳細分析で自社は管理システムにも強みがあることがわかりました。



事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦(4)

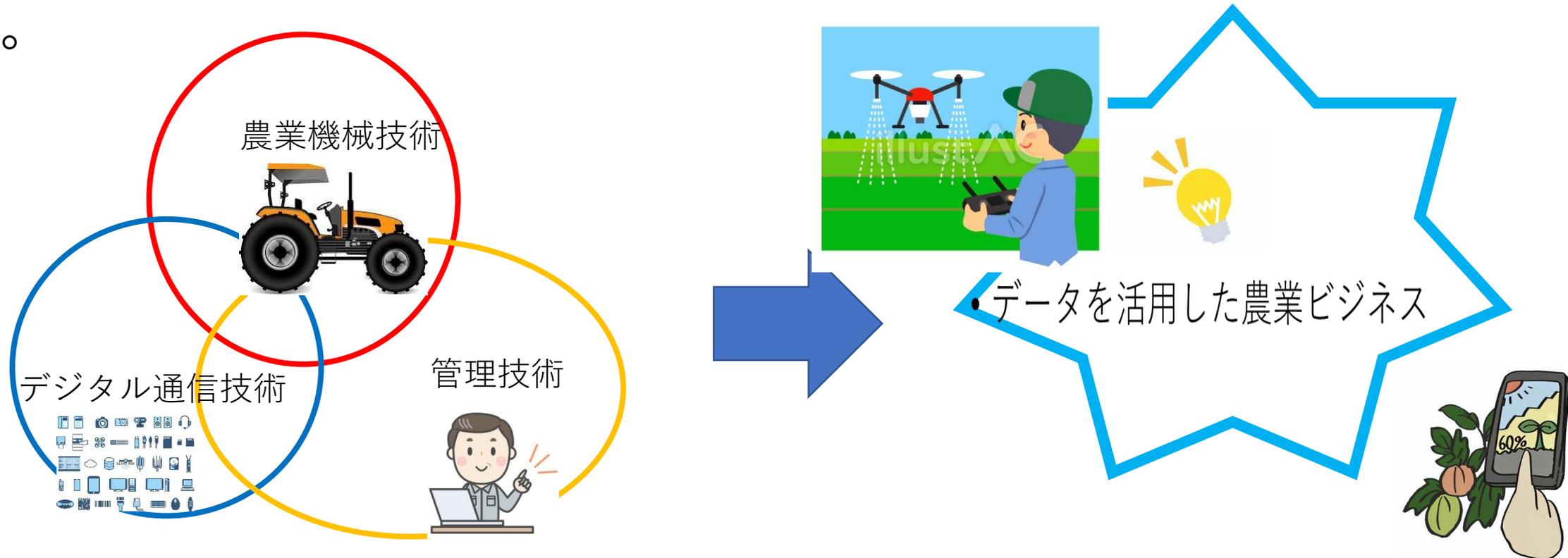
④ 分析の結果、自社は管理技術の他、通信技術にも強みがあることがわかりました。



事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦(5)

⑤ (マッチングさせる仮説の構築)

そこで、自社の農業機械と デジタル通信技術 & 管理技術を
組み合わせて、データを活用した農業ビジネスを創出しようと思立ち
ました。



事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦(6)

⑥ データ解析から戦略と方向性が見えてきました。

(特許庁R2 出願技術動向調査 スマート農業)



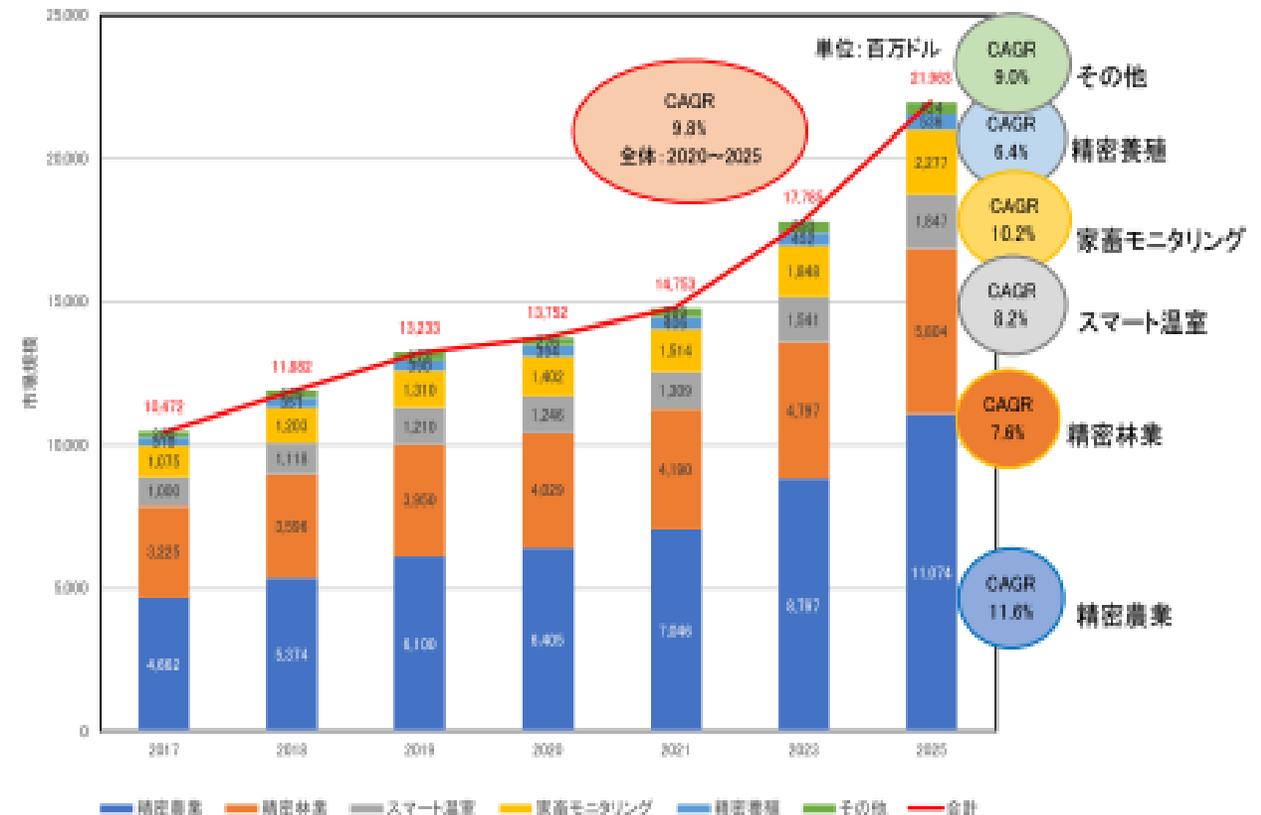
事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦(7)

- ⑦ 特許情報、技術情報を収集して、仮説の裏付と具体案の作成をしました。

→モニタリングデータを活用することで、今後急成長する可能性がでてきました。

(特許庁R2 出願技術動向調査 スマート農業)

スマート農業の市場予測



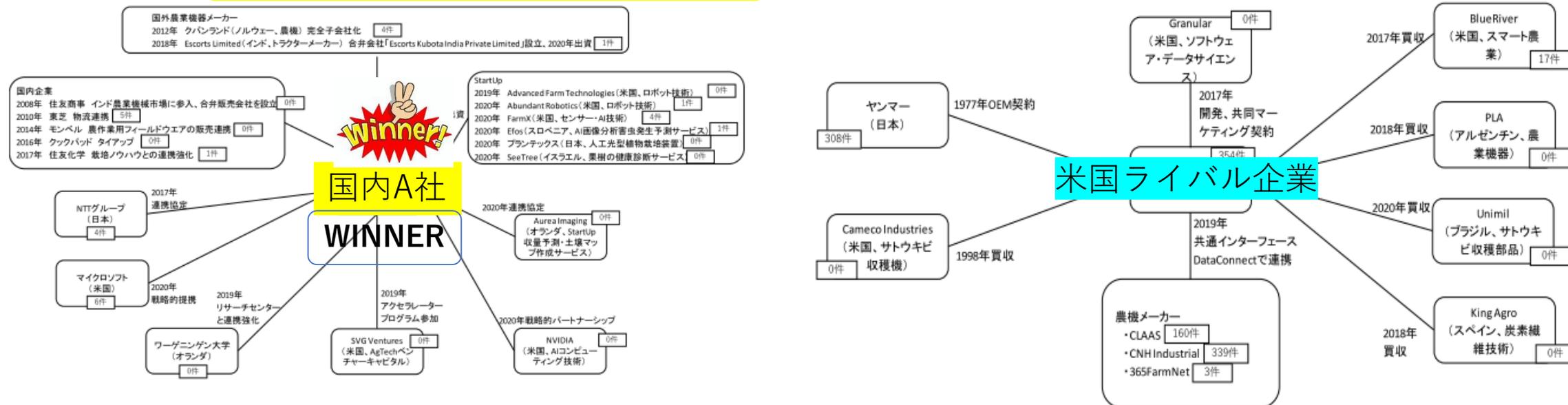
事例 1 農業機械の製造メーカーAの挑戦(7)

⑦ 海外展開の推進も視野に、海外ライバル企業との知財の比較検証も行いました。

→世界展開のために、優先して進めるべき方向性が見えてきました。Winner!

(特許庁R2 出願技術動向調査 スマート農業より)

図5 農機会社の相関図 国内A社と米国ライバル企業の比較



IPランドスケープの実践手順

実事例で説明したいところですが
仮想の実事例で説明します

業界で上位の
ビッグ企業の
分析例

自動車部品メーカーB

仮説

① テーマ：エアバッグ

② 仮説：

「自動運転の開発が加速、どんどん技術が進化し
未来は、衝突事故の無い車社会が到来する
エアバッグの国内シェア1位に居るが
将来エアバッグは無くなる

仮想提言：したがって、エアバッグの開発投資は縮小させ、
自動運転の車両向けの新規部品を開発すべき」

事例2 自動車部品メーカーBの挑戦(1)

- ① (課題の共有) 自動車部品メーカーB社はエアバッグの製造販売に力を入れていましたが、競合他社の成長で、シェアを上げられず、主力製品の売上げが横ばいであることに困っていました。

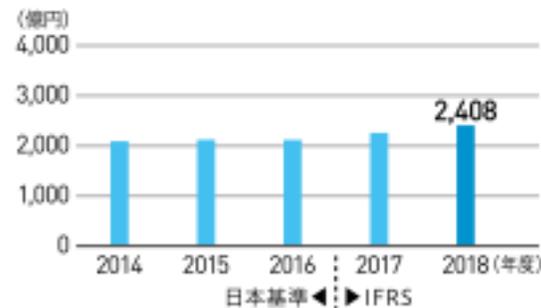
(グラフ：B社事業概要より)



製品分野別の売上割合



5年間の売上推移



事例 2 自動車部品メーカーBの挑戦(2)

- ② (技術課題) 自社は材料、素材に特色のある企業で、特許出願もあるため、技術自体が課題ではない、と判断しました。
- ③ (ニーズ分析) 車両の今後の動向を探り、セーフティシステムに何が求められているかを調査しました。

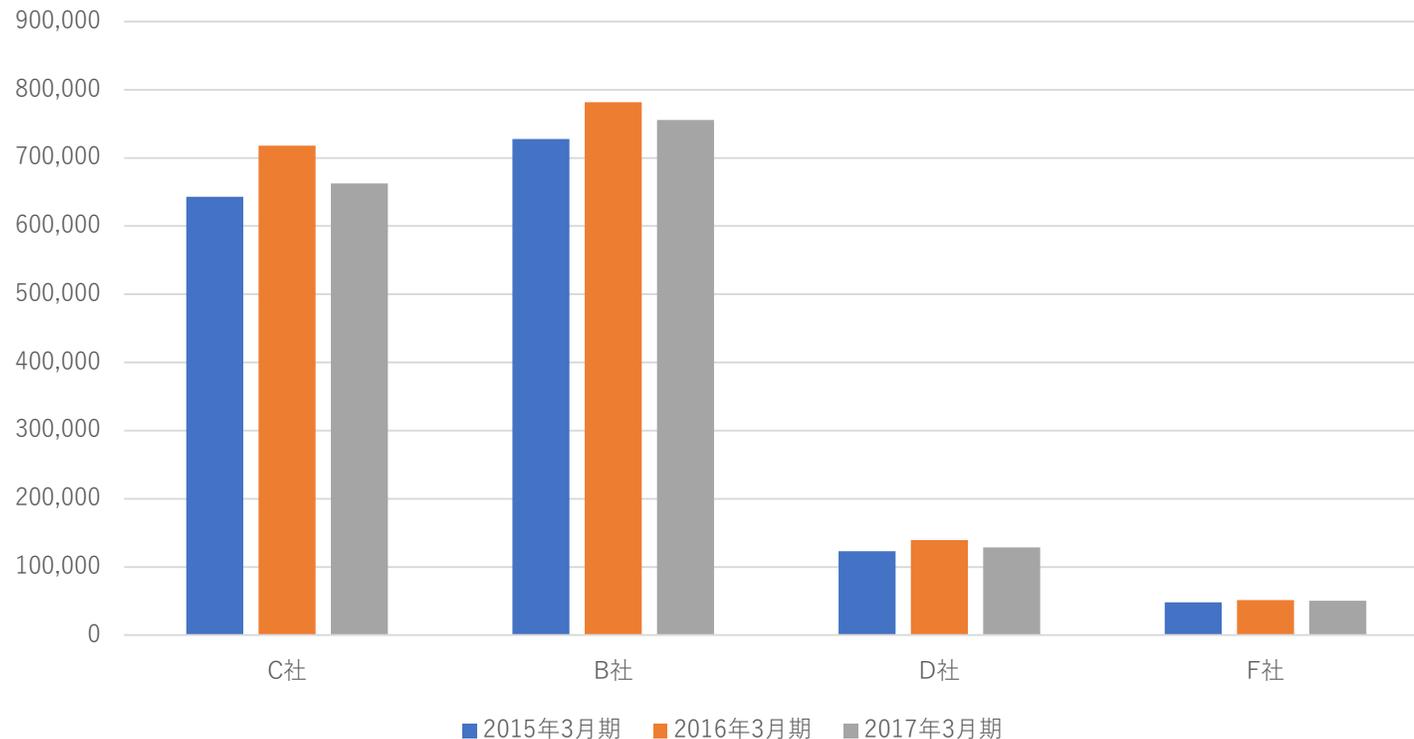
すると、当時のエアバッグのほとんどは、前方の追突を想定していましたが、後方の追突用のものはほとんどなく、特許出願もありませんでした。



事例2 自動車部品メーカーBの挑戦(3)

- ④ (客観評価) 各社の公表している売り上げをグラフにすると、
実際は国内どこの会社も横ばい でした。

エアバック製造メーカー各社の売り上げ推移



事例 2 自動車部品メーカーBの挑戦(5)

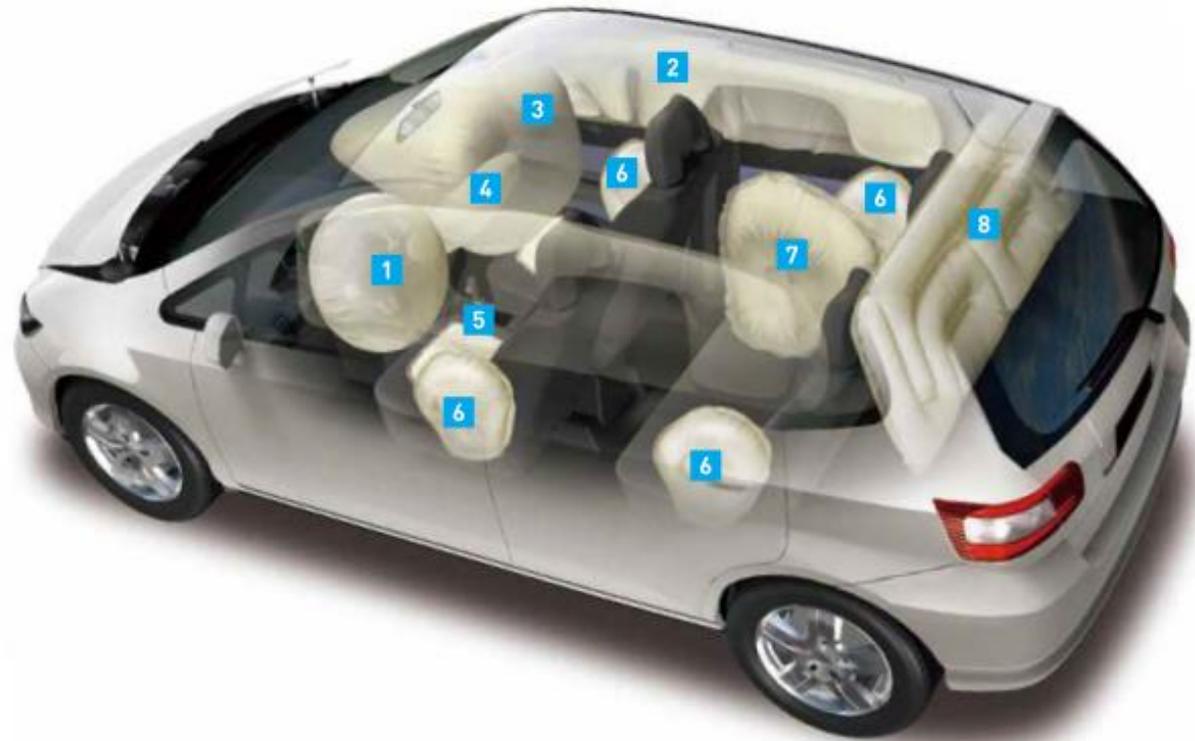
⑤ (マッピング) 自社の強みは、どの自動車会社にも「どの自動車会社にも車内用の樹脂製品を販売できること」でした。

また特許調査で、「後突用」のエアバッグがなかったこと、ほとんどの出願が「運転席、助手席用」のエアバッグであったこと、に着目しました。

事例 2 自動車部品メーカーBの挑戦(6)

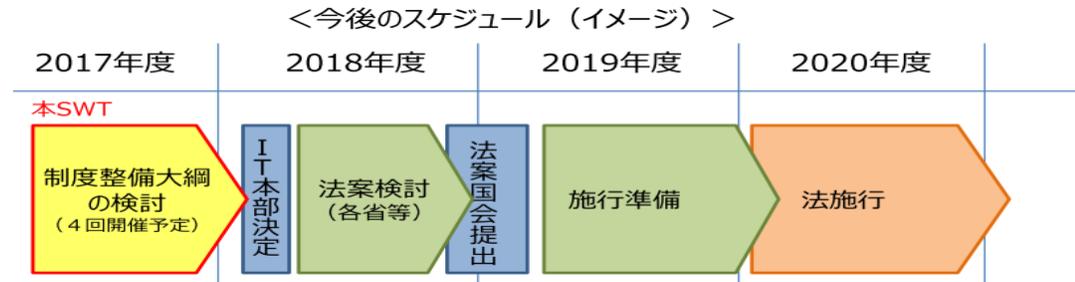
⑥ (戦略と方向性) 調査の結果、従来の「前方追突を前提としたエアバッグ」ではなく「後突用」および「全方位の安全性確保」を目指すべき、ということになりました。

各種エアバッグ



事例 2 自動車部品メーカーBの挑戦(8)

⑦ (特許情報からの
IPランドスケープによる
仮説が国土交通省の
発表資料
により裏付けられた)



自動運転技術の開発状況



官民ITS・構想ロードマップ2017等を基に作成

	現在(実用化済み)	2020年まで		2025年目途	時期未定
	レベル1 レベル2	レベル3 (2020年目途)	レベル4		レベル5
実用化が見込まれる自動運転技術	<ul style="list-style-type: none"> 自動ブレーキ 車間距離の維持 車線の維持  <p>(本田技研工業HPより)</p>	高速道路における ハンドルの自動操作 - 自動追い越し - 自動合流・分流  <p>(トヨタ自動車HPより)</p>	限定地域での無人自動 運転移動サービス  <p>(トヨタ自動車HPより)</p>	高速道路での 完全自動運転  <p>(Rinspeed社HPより)</p>	完全自動運転
開発状況	市販車へ搭載	一部市販車へ搭載	構想段階	課題の整理	

事例 2 自動車部品メーカーBの挑戦(8)

⑦ (特許情報からIPランドスケープ)

自動運転普及の兆候も見え始め、同社はIPランドスケープを活用した戦略に確かな手応えを実感していることでしょう。



アダプティブ・クルーズ・コントロール(ACC)

高速道路を前提に一定速で走行する機能及び車間距離を制御する機能を持つ装置



作動イメージ図

新車搭載台数(平成27年)
767,688 台
(生産台数の17.4%)



まとめ IPランドスケープの有効性

IPランドスケープは 「未知の領域への進展における指針」 です。
特許だけでなく商標権などの知財情報、非特許技術文献データから

- ①現状分析で課題を抽出、
- ②技術のチェック
- ③ニーズの分析
- ④お客様の強みを抽出し、
- ⑤今後の動向にマッチングの仮説を立て、
- ⑥仮説を基にさらに多くの情報を収集し、「次はこのように変わっていくからこうなるはず！」 と戦略、方向性を見出します。

そして、

- ⑦さらなるデータから裏付をとって「私たちの進むべき道はここ！」
というように指針、具体的な戦法をご提案していきます。



IPランドスケープの研究会メンバー募集

レイテックは、これまで開催してきた PAT-LIST研究会の他に、IPランドスケープ研究会を予定しております。

また、知財情報、データの提供、解析サービスを行っております。
ぜひ IPランドスケープの「指針」の素晴らしさをご実感くださいませ。





ご清聴ありがとうございました

ご意見お問い合わせは、以下のメールからお願い致します。

info@raytec.co.jp

www.raytec.co.jp

〒101-0025 東京都千代田区神田佐久間町1-9 第7東ビル 7階
TEL 03-5577-5898