



IPランドスケープに関する 実態調査と考察

関東：2019年7月16日

関西：2019年7月18日

2018年度 情報検索委員会 第5小委員会



目次

1. 活動背景・内容
2. アンケート実施前検討
3. IPランドスケープの取り組み状況
(アンケート結果)
4. 取り組みの成功
(アンケート結果)
5. 教育・ツール・協力体制に関する実態
(アンケート・ヒアリング結果)
6. まとめ



1. 活動背景・内容



活動背景・内容

◆ 活動背景

– 2017年を境に、キーワード「IPランドスケープ」が世間に広まった

- 知財人材スキル標準(version2.0) (特許庁, 2017年4月)
- 知財分析を経営の中枢に
「IPランドスケープ」注目集まる M&A戦略に生かす
(日本経済新聞, 2017年7月17日朝刊)

IPランドスケープ
とは？

各社どの様に受け止め、
活動しているのだろうか？

◆ 活動内容

– IPランドスケープの「取り組み状況の実態」や
取り組みに対する「各社の意識」の調査として、
アンケート・ヒアリングを実施。



2. アンケート実施前検討



アンケート実施前検討

◆ IPランドスケープの定義

「知財人材スキル標準version2.0 ②業務内容」より以下、抜粋

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

企業、技術ごとの知財マップ及び市場ポジションの把握

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

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

知財デューデリジェンス・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。

目的

既存・新規事業に対する、マーケティングの検討
(新規用途探索、新規顧客探索、新規参入分野の模索)

知財戦略の検討
(出願・権利化・活用戦略)

アライアンスの検討
(企業買収、知財DD)

－ IPランドスケープに対する 各社の捉え方は異なるのでは？

- 例えば、知財人材スキル標準には、知財分析の活用目的が複数含まれている



アンケート実施前検討

◆ IPランドスケープの定義

⇒ 「各社の実態」を把握することが
本アンケートの目的

- 各社が捉えているIPランドスケープの定義・範囲で回答できるように、幅広く設定することを意識。

－ 本アンケートでの定義を以下に設定

特許情報・非特許情報を活用した
経営に貢献するための知財分析活動



3. IPランドスケープの 取り組み状況 (アンケート結果)



IPランドスケープの取り組み状況

◆ アンケート概要

－ 対象者

- JIPA正会員
(有効回答数 956社中 482社)

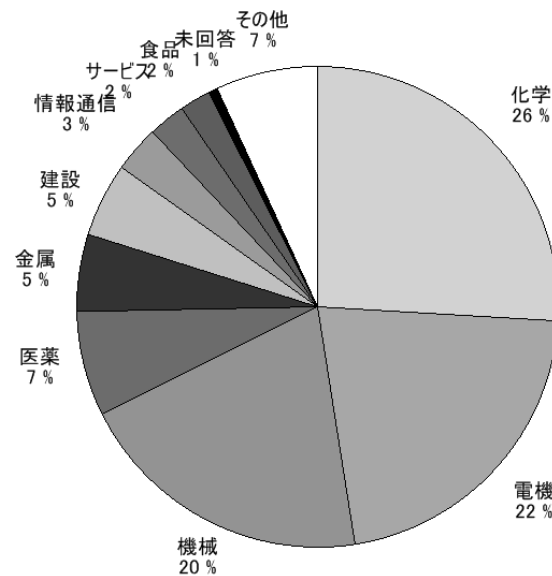
－ 期間

- 2018年8月7日～9月7日

－ 構成

0. 貴社について
1. IPランドスケープの活動について
2. IPランドスケープに関する教育について
3. IPランドスケープの提案先について
4. IPランドスケープに関する、社外とのコミュニケーションについて
5. IPランドスケープの実施における、分析・解析方法について

Q 回答企業の業種

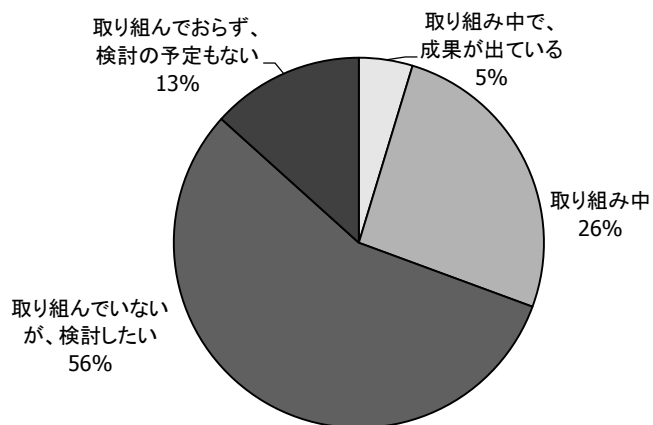




IPランドスケープの取り組み状況

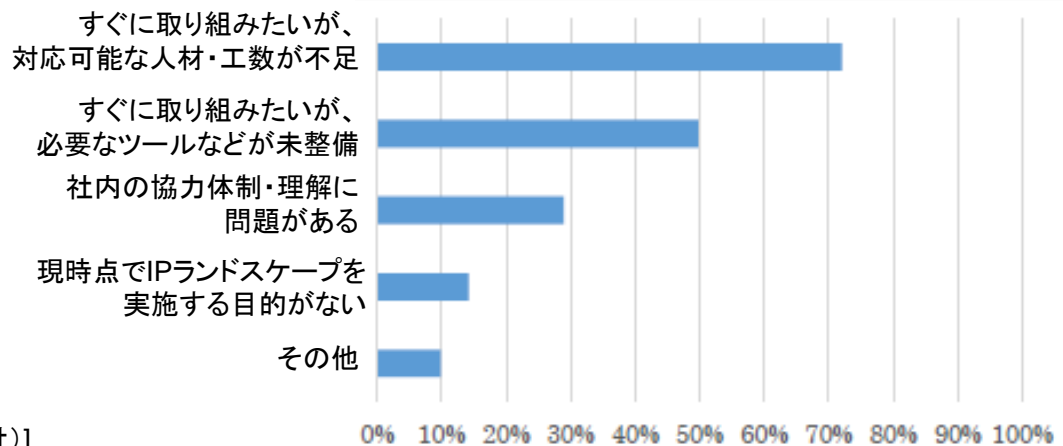
◆ 実際、IPランドスケープの取り組みをどのくらいの企業が実施しているのか？

Q IPランドスケープの取り組み状況



[回答数:IPランドスケープを聞いたことがある企業(405社)]

Q 現時点で取り組めない理由や課題・障壁について



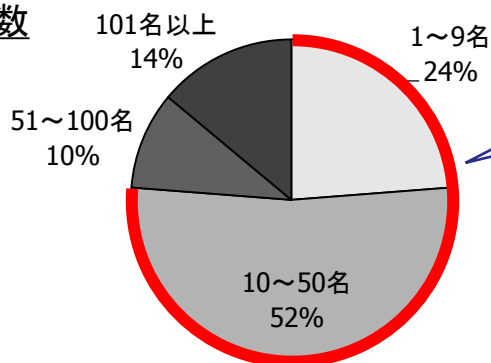
- ・取り組みの中で成果が出ていると回答した企業は5% (19社)
- ・取り組み中の企業は26% (105社)
- ・取り組みを検討したい企業は56% (227社)
- ・取り組みを検討したい企業の約7割が対応可能な人材・工数が不足していることを理由に取り組めていないと回答。



IPランドスケープの取り組み状況

◆ IPランドスケープは 人的リソースに余裕のある企業の活動なのか？

Q 知財部員数



取り組んでいる企業の4分の3以上が
小～中規模知財部

[回答数: 取り組んで成果有+取り組み中の企業(122社)]

取り組みを開始する企業が
右肩上がりで増加中
(特に小～中規模企業は顕著)

Q IPランドスケープの取り組み開始年



[回答数: 取り組んで成果有+取り組み中の企業(122社)]



IPランドスケープの取り組み状況

◆ 5% (19社) が回答した「成果」の具体例

Q 具体的にどのような成果が出ているか？

(以下、回答概要)

- 目的毎に応じたアウトプットの作成・提供
- リクエストやフィードバック数の増加
- 事業・研究開発戦略や中期計画への刷り込み

[回答数: 取組中で成果が出ている企業(19社)]

「成果」として実感が得られるレベルは各社各様

客観的に評価できる成果
もしくは成功している状況とは
何だろうか？



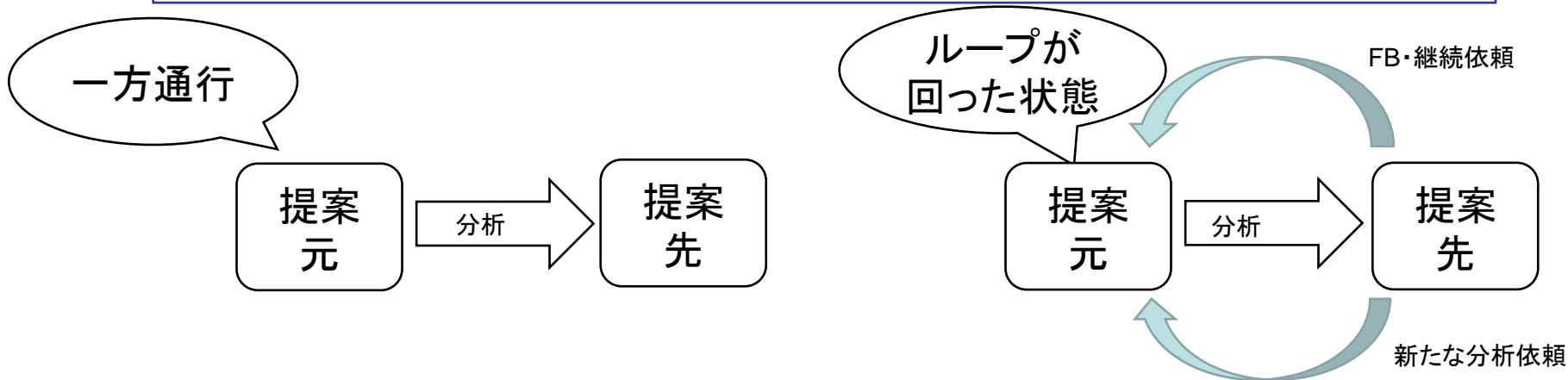
4. 取り組みの成功 (アンケート結果)



取り組みの成功

◆ 当小委員会で検討した取り組みの「成功」

IPランドスケープの目指すところ(定義)
特許情報・非特許情報を活用した経営に貢献するための知財分析活動



⇒ 知財分析の活用が「活動として組織に根付くこと」
が活動としての成功なのでは？

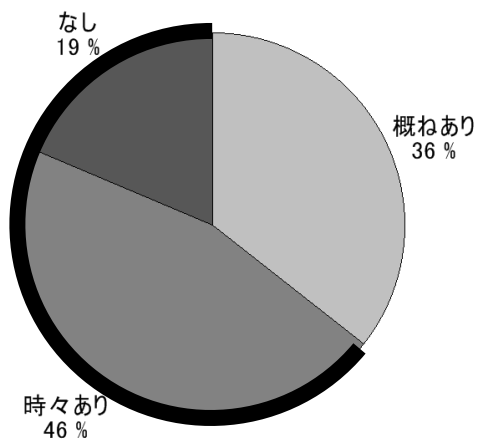
提案先からの「フィードバック・反応の有無」



取り組みの成功

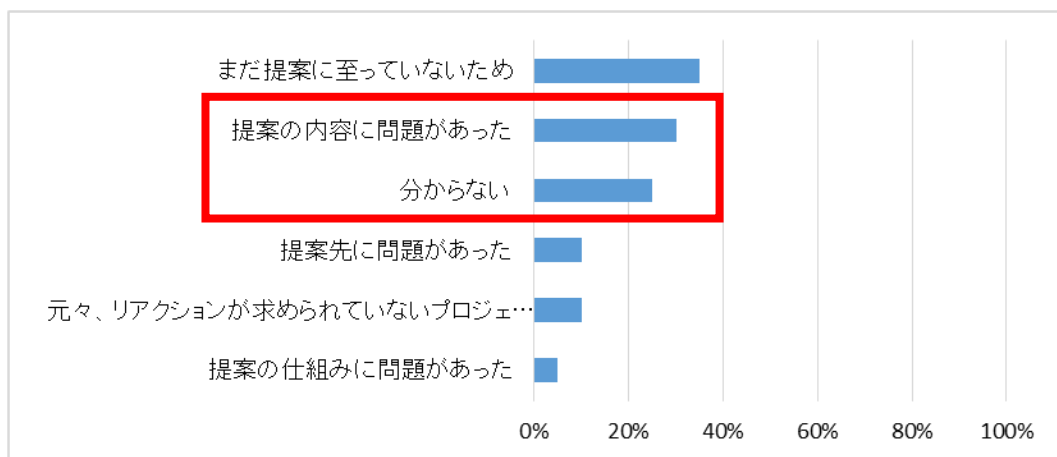
◆ 提案先からの反応状況

Q 提案先からの反応の有無



[回答数: 取り組んで成果有+取り組み中の企業(118社)]

Q 提案先から反応が得られない理由



[回答数: 提案先からの反応がない(22社)]

▪ 約7割の企業が十分な反応を得られていない。

▪ 「提案内容に問題があった」と反省する声、
「分からない」と悩まれている声が多い。



取り組みの成功

◆ 取り組み状況から見えた課題

提案先から上手く反応が得られず、
活動が根付いていない企業が多い。

上手く反応が得られている企業や、
成果の実感を得られている企業は
どのような意識のもと、
取り組みを行っているのだろうか？

以下3観点のアンケート・ヒアリング内容から、
各社の取り組みの意識や実態について確認

・教育 ・ツール ・協力体制



5. 教育、ツール、協力体制 における取り組みの実態 (アンケート・ヒアリング結果)

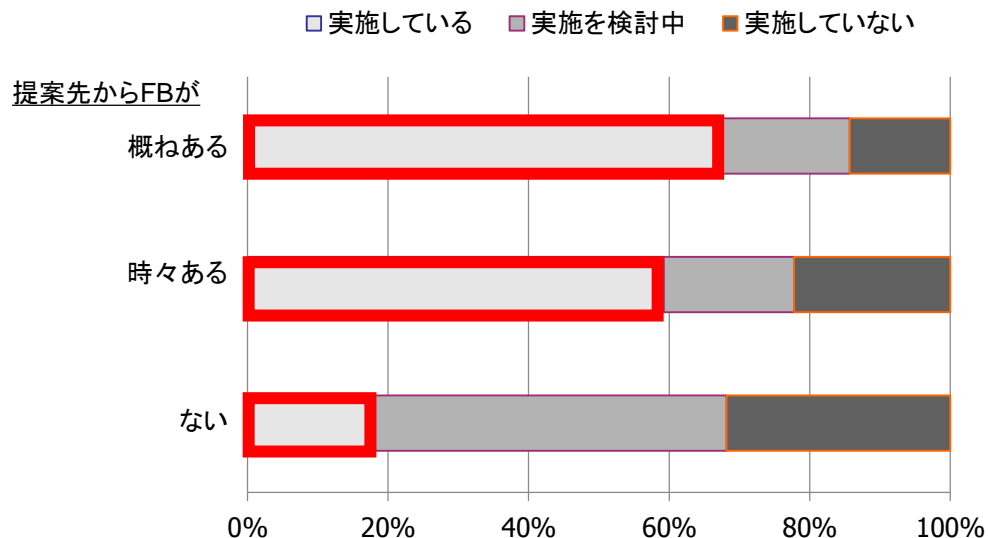
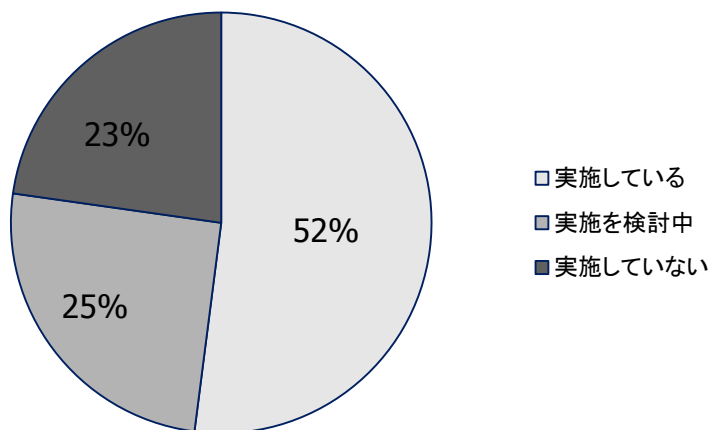
課題：提案先から上手く反応が得られず、
活動が根付いていない。



教育における取り組みの実態

◆ 取り組み中の企業のIPランドスケープのための教育実施

Q IPランドスケープのために教育を実施しているか



[回答数: 取り組んで成果有+取り組み中の企業(123社)]

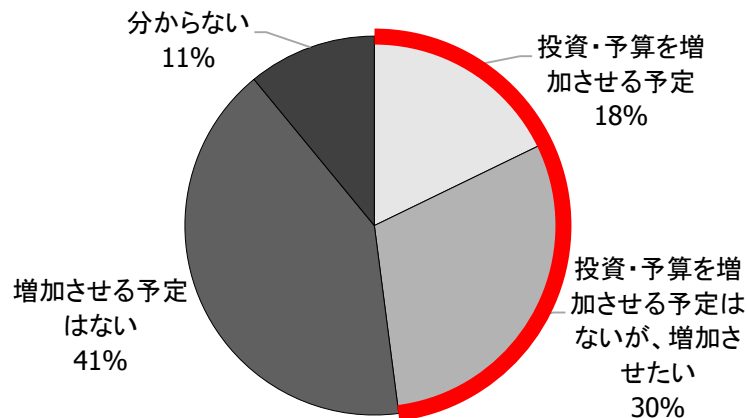
取り組みを既に開始している企業は、
IPランドスケープのための教育を実施する必要性を感じている。
さらに、教育を実施していると提案先から反応を得やすい傾向がある。



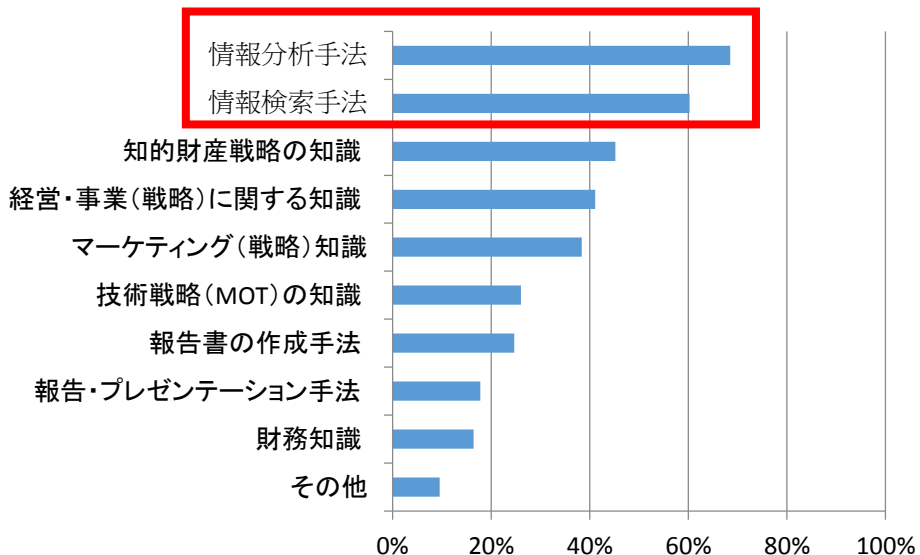
教育における取り組みの実態

◆ 教育を実施している企業の投資意識と教育内容

Q 今年度の教育投資の考え方について



Q 実施している教育内容について



[回答数: IPランドスケープのために教育を実施している企業(72社)]

IPランドスケープのために教育を実施している企業は、

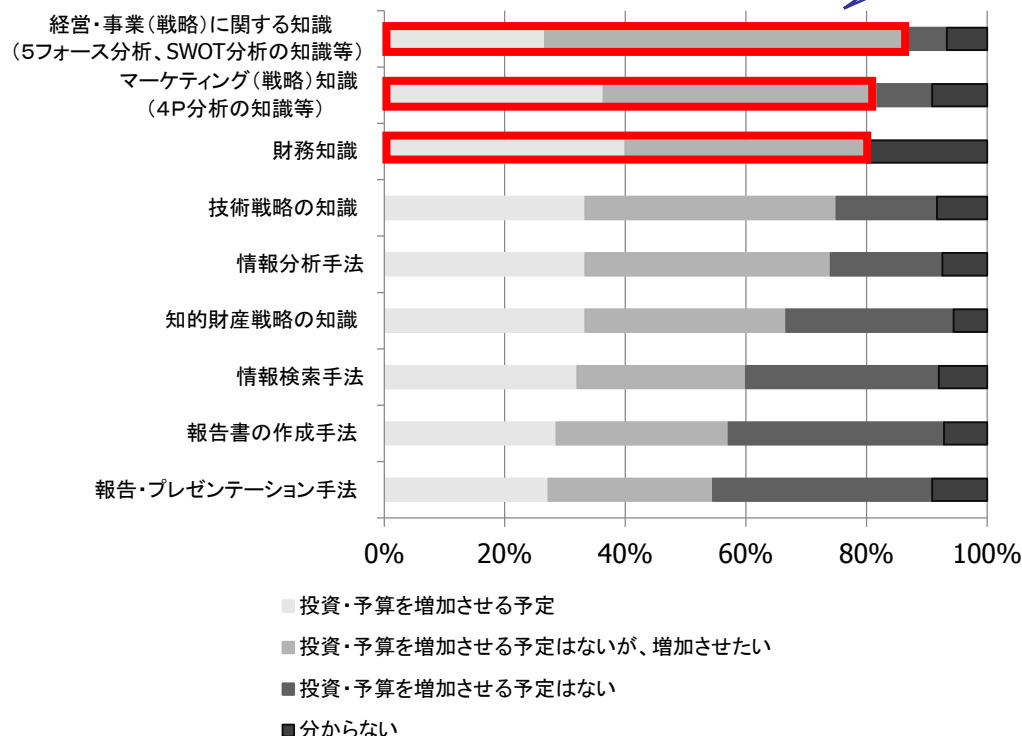
- ・さらに教育が必要と感じている企業も半数存在する。
- ・実施している教育内容は、検索・分析手法が中心



教育における取り組みの実態

◆ 更に求められる知識・スキル

Q 実施している教育内容 × 教育投資の意識



[回答数: 提案先から概ね反応がある企業(42社)]

実施している教育内容に、財務、マーケティング、経営・事業戦略等の知識を含めた企業は、投資を継続させる意欲が非常に高い、

ヒアリング内容抜粋(教育)

- ・非特許情報を入れ込むために、マーケット情報の読み方等の教育は必要。
- ・特許以外の観点(経営戦略・事業戦略・マーケティング等)の教育を実施し始めている。
- ・ビジネスの枠組みを理解するための、SWOTや4C/4P分析などマーケティング戦略立案手法の習得と活用を重視。外部から講師を招き、ワークショップ形式の社内勉強会を実施。

「成果」を出している企業では、特許以外の観点のスキルに注目している企業も有り。

提案先からの反応も概ね得ている企業では、検索・分析手法に加え、異なる観点(SWOT分析、4P分析、財務知識)にも注力したい傾向



教育における取り組みの実態

◆まとめ(教育観点)

- 実施されている教育内容は
特許検索・分析スキルが中心
 - 教育投資を続ける必要性を感じている企業も有。
- ただし、反応を概ね得られている企業は、
 - 特許検索・分析手法以外のスキルも
伸ばすことに注目している

反応が概ね得られている企業の
取り組みの実態

Point

アウトプットの質をさらに磨きあげていく努力をしている

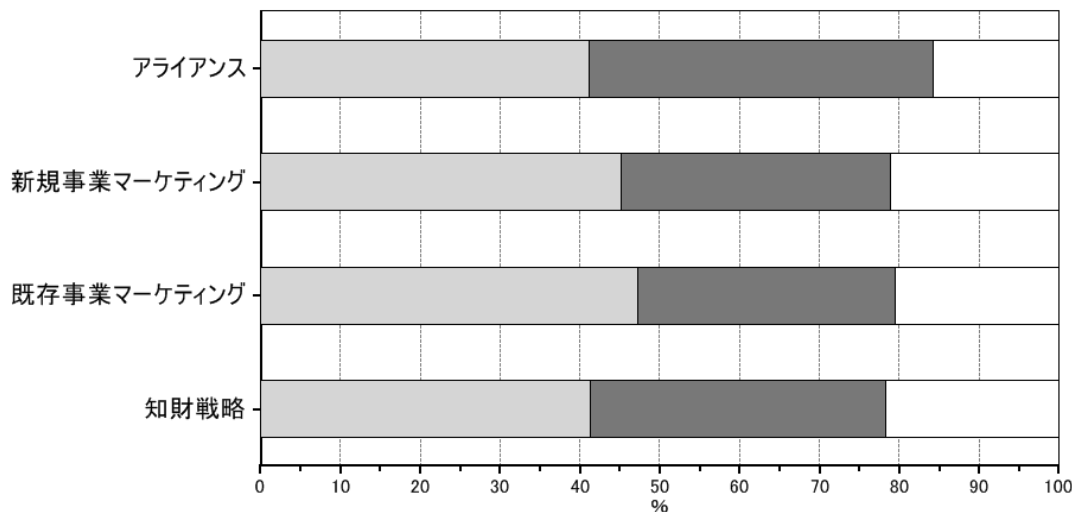


ツールにおける取り組みの実態

◆ よく使う分析ツールを機能種類毎に分類

Q よく使う分析ツールについて

■ 単機能作図 ■ スコア評価 □ 高機能俯瞰図



[回答数:226社]

目的毎による各機能別ツールの有意差は見られない

◇単機能作図型

⇒件数ランキングや時系列グラフを作成

◇スコア評価型

⇒独自演算にて特許の価値を定量化

◇高機能俯瞰図型

⇒テキストマイニング等を活用した俯瞰図等の視覚化に特徴

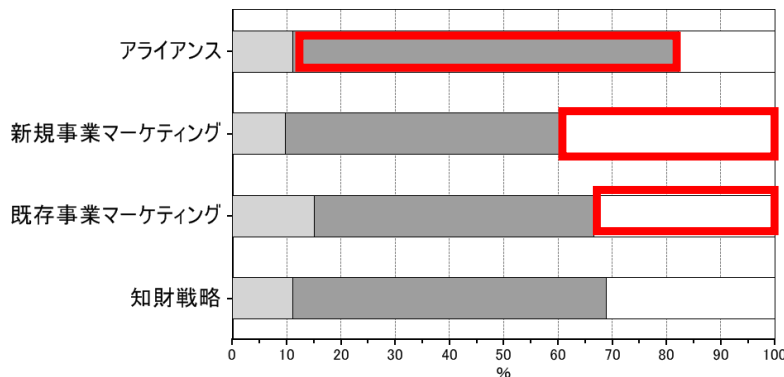


ツールにおける取り組みの実態

◆ 概ね反応のある企業の機能別傾向

Q よく使う分析ツールについて

■ 単機能作図 ■ スコア評価 □ 高機能俯瞰図



[回答数:概ね反応が得られている企業(42社)]

アライアンス目的にスコア評価型、マーケティングに高機能俯瞰図型が、増加する傾向を確認

何を提案したいのか、事前に検討した上でツールを使用することが大切

ヒアリング内容抜粋(ツール)

- ・スコア評価型のツールはメカニズムがブラックボックス化され、説明しづらい。報告にそのまま使ったことはない。
- ・俯瞰型のツールは経営層に全体像を示すのに向いているが、研究者との議論には大まか過ぎるところがあり、向いてない。

反応が概ね得られている企業の
取り組みの実態

ツールを使う前に予め何を伝えたいのか意志を持ち、目的毎に機能を使い分けている。

Point



協力体制における取り組みの実態

◆ 社内協力先(提案先)との関係性

アウトプットを出すまでの過程で、提案先の意見を適宜取り入れられる関係性や場を構築している

反応 ヒアリング内容抜粋(協力体制)

概ねあり

- ・ **工程で重要視しているのは、フィードバック**。解析をした後は、必ず事業側に“事業的な観点”から**フィードバックをもらい解析の精度**を上げていく。
- ・ 知財部から出向いて事業側担当者と対面式で報告を行う。これに対応できる担当者を事業部側からはアサインしてもらう。
- ・ 事業、開発部と知財の距離は近い(席が隣だったり、のレベル)
- ・ 開発者とやりとりをしながら**事業側感覚との整合性・分析精度をあげ**、経営者層に持って行く
- ・ 主な協業先としては、事業部門、研究開発部門。研究開発部門とは、さまざまな研究開発会議に参加することにより**密接な関係を構築**。
- ・ 報告の質向上のためには、何を知りたいのかをヒアリング。
ニーズを正確にとらえることが大事。
- ・ 知財部が**事業部に頻繁に足を運び**、一体感が生まれてきている。



協力体制における取り組みの実態

◆ 社外調査・コンサルティング企業の活用

社外調査・コンサルティング企業にも
 依頼するケースがある旨のコメント有り。
 特に特許検索・分析以外の観点での活用を期待している。

反応	ヒアリング内容抜粋(協力体制)
概ねあり	<ul style="list-style-type: none"> ・社外コンサルティング企業や調査会社を活用し、母集団作成、検索テクニック等のノウハウを取得するよう試みている。 ・知財部が作った仮説や方針に関して外部コンサルと一緒に議論を行い、提案の精度を上げている。 ・経験がなかった知財部が独自でIPLを進めるにあたって、外部コンサルの指導を受けながら経験を積む必要を感じた。 ・コンサルが得意なのは、マーケット情報を基に仮説を立て、裏付けのデータに基づいた検証や提案 ・知財部が検討した知財戦略の方向性について、外部コンサルから意見を聞いている。 ・社内よりも市場の俯瞰などの点で視野が広く、ためになっている。 ・外部コンサルに分析依頼して戦略立案を提案してもらうケースもあるが、あくまでも教材。 (知財部自前で戦略を描けるようになるための指南であり、協働していくという意識が強いわけではない) ・社外コンサルは、機密の問題もあり利用無し。 ・特許を知らないケースが多く利用には疑問があるが、ノウハウを得るための利用はあるかもしれない。



協力体制における取り組みの実態

◆ まとめ（協力体制観点）

－ 反応が概ねある企業は、

- 提案先の意見を取り入れる働きかけを多く行っており、取り入れるための場も確立されている
- 自社知財部門が現時点で不足しているスキルを **補う手段**として、社外調査・コンサルティング企業を上手く活用しようとしている

Point

反応が概ね得られている企業の
取り組みの実態

社内外を巻き込んだ協力体制が、しっかり構築されている。



6. まとめ



まとめ

◆ 今後の課題

- 《教育》 アウトプットの質をさらに磨きあげていく努力をしている。

課題：（教育方法）

特許以外の観点の知識やスキルをどのように蓄えていけるか？？

- 《ツール》 ツールを使う前に予め何を伝えたいのか意志を持ち、目的毎に機能を使い分けている。

課題：（目利き力）

適切な使い分けを行うには、経験が必要。コストをかけすぎずこれらの知識をどのようにチームに蓄えていけるのか？

- 《協力体制》 社内外を巻き込んだ協力体制がしっかり構築されている。

課題：（知財部の役割）

社内外の協力者との棲み分けをどのように整理するか？



最後に

◆ 2018年度情報検索委員会第5小委員会メンバー

金子 浩之(富士通株式会社、小委員長)、鈴木 憲(日油株式会社)、
豊嶋 大介(シャープ株式会社)、村松 慎吾(帝人株式会社)、
高橋 祐二(株式会社リコー)、小島 美香(三井化学株式会社)、
小河 清貴(日本電産株式会社)、植田 雅也(株式会社村田製作所)、
野村 知広(三菱日立パワーシステムズ株式会社)

◆ 2019年度関連研究テーマ

2019年度 情報検索委員会	研究テーマ(2019年4月時点)
第3小委員会	「IPランドスケープに関する研究」 2018年度の第5小委員会が実施した「IPランドスケープに関するアンケート」の分析結果から、各社が抱える問題点・課題をメンバーで共有化し、その解決策を研究していく。

ご清聴有難うございました

～世界から期待され、世界をリードするJIPA～



一般社団法人日本知的財産協会

