

IP ランドスケープ 一覧表

情報活用委員会
第3小委員会第1WG

目次

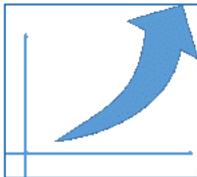
IP ランドスケープの目的選択.....	3
A. 事業戦略（既存事業の強化）	4
B. 新規事業の創出.....	35
C. M&A・アライアンス	52
協力者一覧.....	65
本一覧表の作成について	66

IP ランドスケープの目的選択

IP ランドスケープは目的ごとに分析手法が異なります。

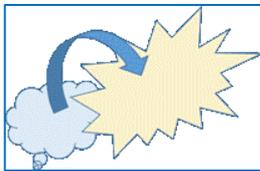
分析目的をクリックすると、各分析のトップページに移動します。

A. 事業戦略（既存事業の強化）



既存事業の現状を把握し、その課題を抽出する。

B. 新規事業の創出



自社の技術を分析して、新たな事業分野に繋げる。

C. M&A・アライアンス



提携先企業の選定及び提携効果の見極めを行う。

A. 事業戦略（既存事業の強化）

まずはフロー図で、本目的における分析の進め方の概略を示します。

フロー図の「対象範囲」と示している箇所に関して、実際に知りたいことを「本分析で知りたいこと」の項目から選んでください。

◆ 事業戦略時の分析フロー図と説明



【前提】 事業方針として、「既存事業を強化する」というケースを想定。

【STEP1】 現在の既存事業を取り巻く環境を把握するために、多観点から外部・内部環境分析を実施

【STEP2】 STEP 1 の分析でみえてきた現状の課題を抽出し、整理

【STEP3】 STEP 2 で抽出した課題について、取り組むべき優先順位をつけ対策を立案

本一覧表では、STEP1 における分析の類型（一例）をまとめた。

◆ 本分析で知りたいこと

【STEP1】

1. マクロ経済に関する指標の変動を知りたい
海外市場への参入可能性を知りたい
2. ある技術分野の研究開発に強い国を知りたい
3. ソーシャルメディアからビジネスチャンスを発掘したく、かかるビジネスチャンスを
技術的に実現できる可能性を知りたい
4. 既存事業を強化するために、市場のニーズを知りたい
5. 他社経営状況（財務）を知りたい
6. ある国における特許侵害訴訟実態を知りたい
7. 社会情勢の変化に対応した市場製品の動向変化を知りたい
8. 製品の収益力を増やしたい
9. 対象製品に関する技術成熟度と市場成長性を知りたい
10. 対象技術に関する出願数の変化とかかる技術に関するインフラ整備の情報を知りたい
11. 顧客の特許出願情報（取引に関する技術）を知りたい
12. 他社製品の売上高と特許ポートフォリオの内訳とを対比したい（特許と売上高の関連
性）
13. 自社製品ポートフォリオとその将来性を知りたい
14. 法規制情報とそれに対応して、開発が進められている技術があるのか知りたい
15. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを
知りたい<その1>
16. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを
知りたい<その2>
17. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを
知りたい<その3>
18. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを
知りたい<その4>
19. 当社と他社の特定分野における特許での牽制力や注力度を比較したい
20. 各プレイヤーの得意な技術を知りたい
21. 特定の商品カテゴリに関するブランド力を知りたい

[目次に戻る](#)

[IP ランドスケープの目的選択に戻る](#)

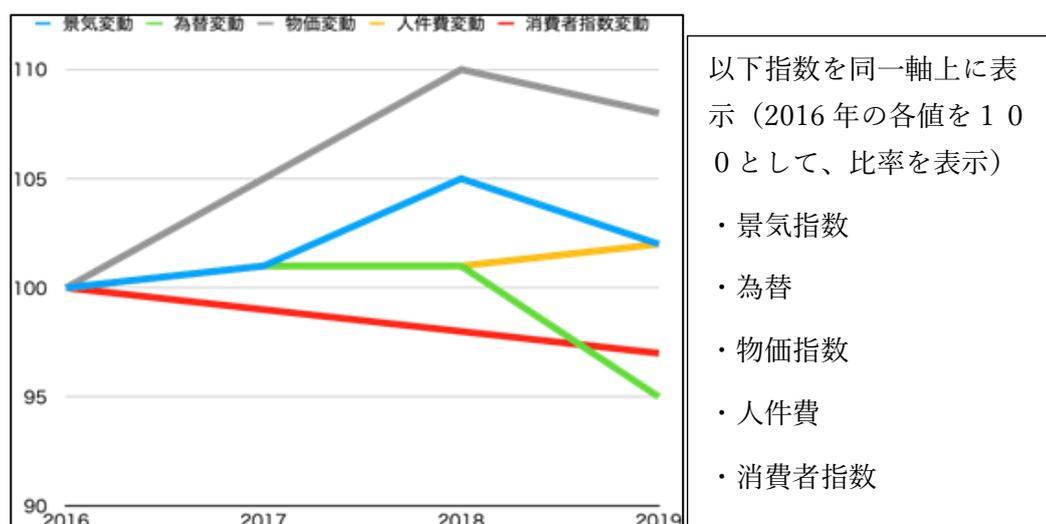
[A. 事業戦略（既存事業の強化）のトップページに戻る](#)

1. マクロ経済に関する指標の変動を知りたい

海外市場への参入可能性を知りたい

◇ 分析例

➤ 産業経済分析



◇ 分析のポイント

特定の国における事業の継続要否、または進出可否の検討を行うときに、その国のマクロ経済環境に関するイメージを掴みたいときに使える分析である。製造拠点か販売先かによって用いる指標が異なる。

例えば、消費者向けの製品を販売しようとする場合、消費者指数変動を留意しなければならないし、単純に製造拠点にしたい場合は人件費や為替の変動を留意すべきである。

◇ 使用データ

物価データ

賃金データ

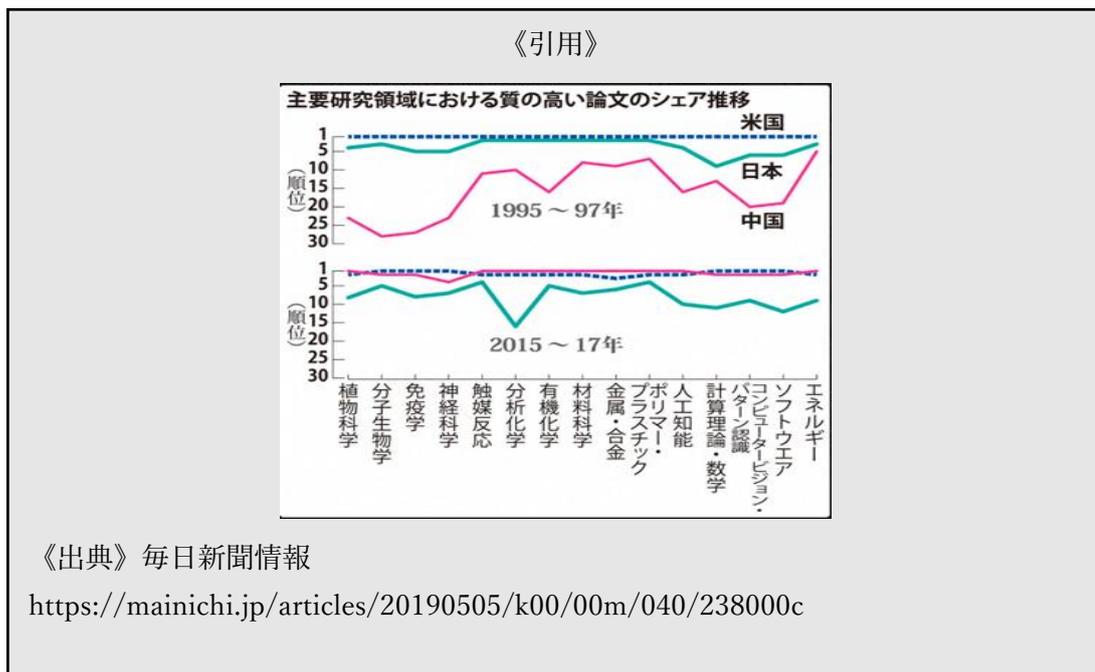
消費者指数データ

為替レートデータ

2. ある技術分野の研究開発に強い国を知りたい

◇ 分析例

- **技術・トレンド分析**
(学術論文×発表年)



◇ 分析のポイント

当該分析を行うことによって、違う国の学术界はどの技術分野に力を入れているかがわかり、これらの国の技術力のランキングがわかる。また、国ごとの技術力を知ることによって現地採用の参考情報にもなる。さらに、国の産業政策情報等を加味することで、各国での特許出願戦略策定に役立てることができる。

◇ 使用データ

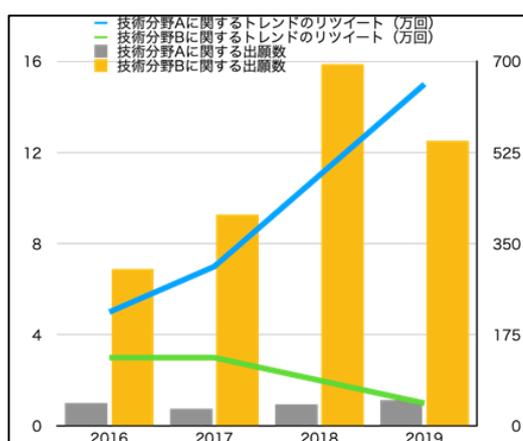
学術論文データ

3. ソーシャルメディアからビジネスチャンスを発掘したく、かかるビジネスチャンスを技術的に実現できる可能性を知りたい

◇ 分析例

➤ ソーシャルメディア情報

(出願件数×対象年×ソーシャルメディア情報)



◇ 分析のポイント

特定の技術についての人気度を、ソーシャルメディア関連のデータ解析でわかる。そこで出願数の変動の分析と組み合わせて、製品戦略や特許戦略の策定や調整に役立つ情報を捻出することができる。

例えば、ソーシャルメディアのデータを、データマイニングやビッグデータ分析を行い、ビジネスチャンスになりそうなキーワードを集め、さらにキーワード毎に関連する技術の成熟度を特許出願件数推移で分析し、実現可能性の高い技術の抽出や技術トレンドの把握ができる。

◇ 使用データ

ソーシャルメディア情報

特許出願情報

4. 既存事業を強化するために、市場のニーズを知りたい

◇ 分析例

➤ 調査レポート活用

《引用》

化粧品・トイレットリーフード・フードサービス

オーラルケアマーケティング総覧 2021



発行日 2020/12/17
172010813

歯磨、歯ブラシなどのオーラルケアの27品目（口腔ケア、口腔ケア用具・機器、口腔ケア食品、一般用医薬品・医薬部外品）に、消費者調査（N=10,211）を加え、コロナ禍で注目を集めているオーラルケア市場を俯瞰的に分析しています。品目の分析では、機能別、ライフステージ別を追加して市場分析の視点を強化し、各品目の奥行きを捉えた分析を行っています。今回の品目および消費者調査の結果からは、コロナで「歯医者に気軽に行かなくなったと思う」、子供の学校などでの歯磨きの機会が自粛で減り親の子に対するオーラルケアが積極的になっているなどの考察が出ており、今後のオーラルケアのセルフメディケーションの意識の高まりが市場の拡大につながると見えています。

目次

<1.総括編>	1
A.オーラルケア市場の総括	3
1.オーラルケア市場の現状と将来展望	3
2.オーラルケアのチャネル別分析	7
3.主要オーラルケア関連製品メーカーの事業戦略	9
B.オーラルケア個別品目の総括	14
1.ライフステージ別のオーラルケア市場の現状と将来展望	14
2.機能別のオーラルケア市場の現状と将来展望	20
3.オーラルケア市場における機能別とライフステージ別の現状と将来展望	27
4.オーラルケア市場の主要データ一覧	32

《参照》富士経済グループ調査レポートより
<https://www.fuji-keizai.co.jp/report/detail.html?code=172010813>

◇ 分析のポイント

調査会社の調査レポートをみることで、今後の将来展望などを推測することができる。

◇ 使用データ

WEB 情報

新聞情報

経産省資料

技術動向調査レポート

[目次に戻る](#)

[IP ランドスケープの目的選択に戻る](#)

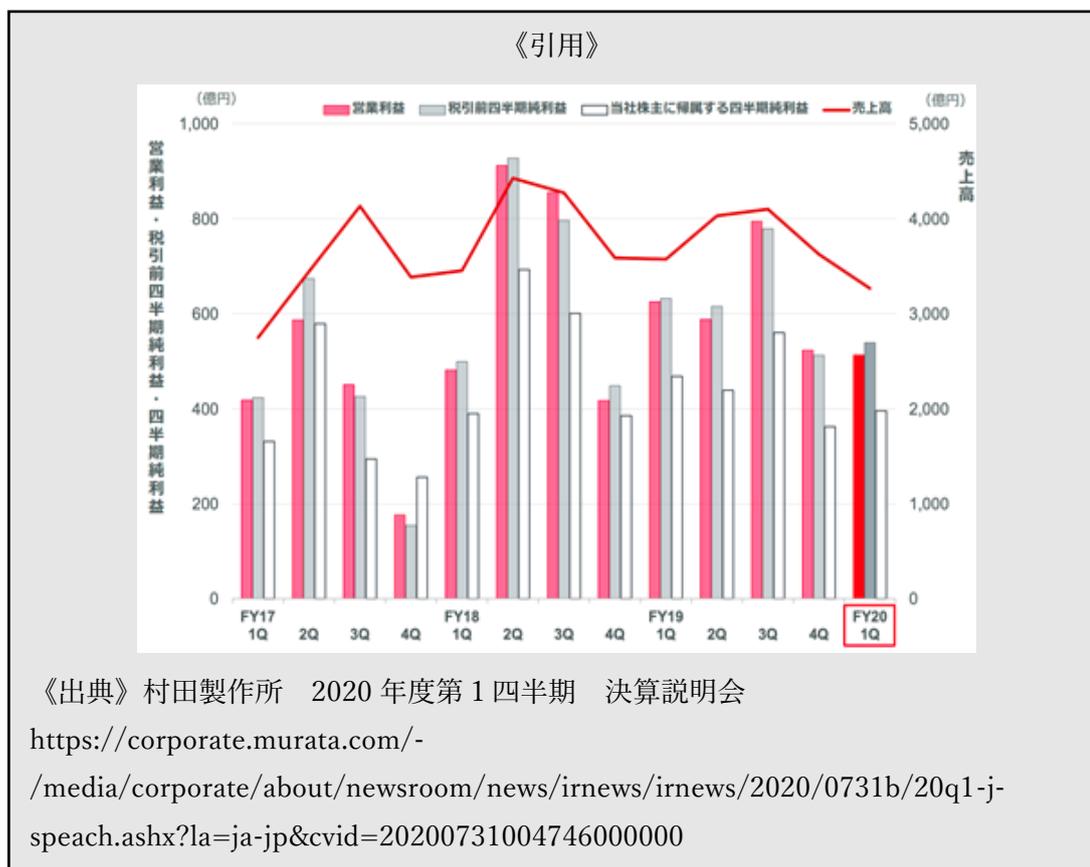
[A. 事業戦略（既存事業の強化）のトップページに戻る](#)

調査会社レポート

有価証券報告書

5. 他社経営状況（財務）を知りたい

◇ 分析例



◇ 分析のポイント

上記のグラフに限らず、企業の財務諸表を分析することで、かかる企業の経営状況や、財務状況がわかる。競合の経営状態や財務状況を調査するときに役立つ。

◇ 使用データ

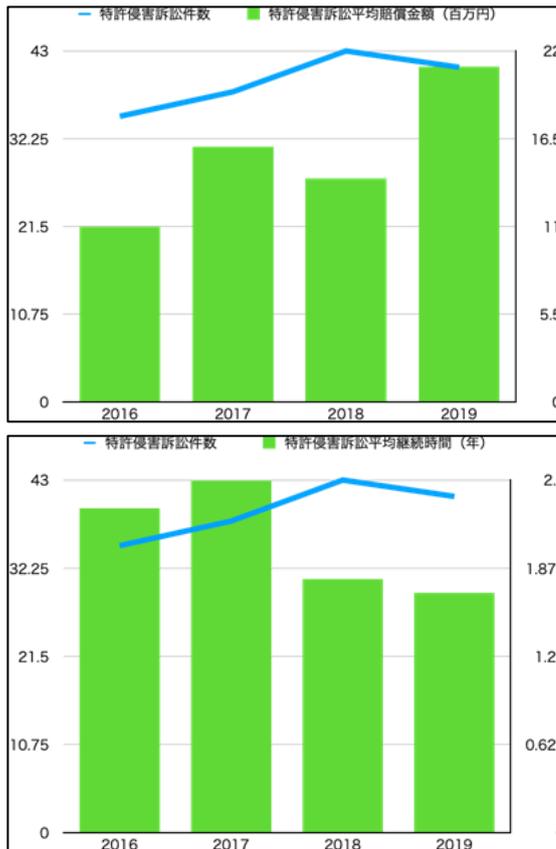
財務諸表

6. ある国における特許侵害訴訟実態を知りたい

◇ 分析例

➤ 政治・法律分析

(出願件数×出願年×訴訟情報)



◇ 分析のポイント

特定の国における特許侵害訴訟に関する分析を行うことで、かかる国において積極的に特許網を構築する必要性を判断するための参考になる。また、特許リスクの定量化が図れる。グラフに法改正などの情報を追加することができる。

◇ 使用データ

特許侵害訴訟データ

法改正情報

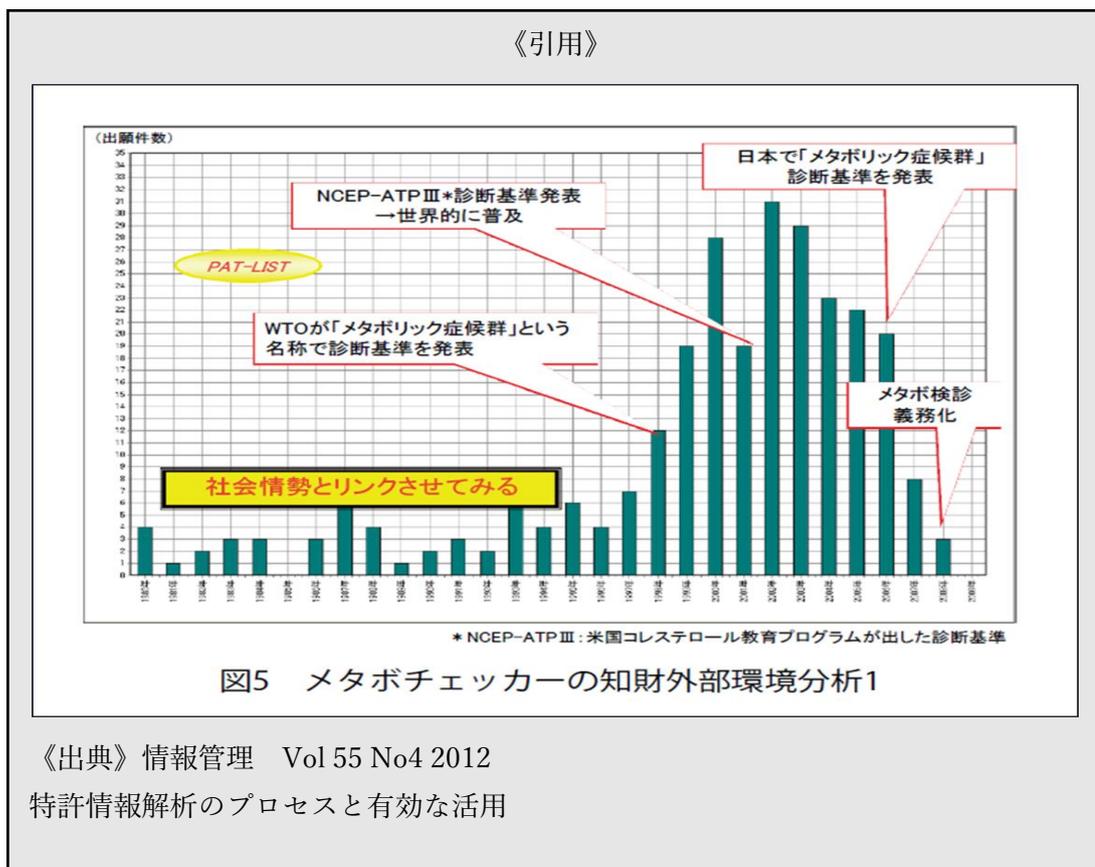
7. 社会情勢の変化に対応した市場製品の動向変化を知りたい

◇ 分析例

➤ 知財外部環境分析

(出願件数×出願年×外部環境情報)

(ビジネス情報と特許出願情報の対比分析)



◇ 分析のポイント

社会情勢と関連分野の出願件数の相関が分かる

-出願件数の動向が市場の動向とリンクしていると考えられるため、出願動向に変化があるところに、外部環境の変化があったかどうかなど、裏付けまたは気づきを得ることができる。今後の市場の盛り上がり、方向性を推測することができる。

◇ 使用データ

WEB 情報

新聞情報

経産省資料

技術動向調査レポート

調査会社レポート

特許出願情報

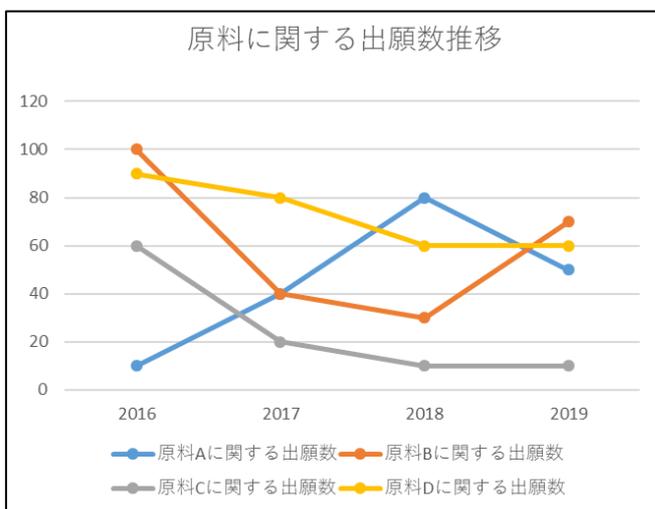
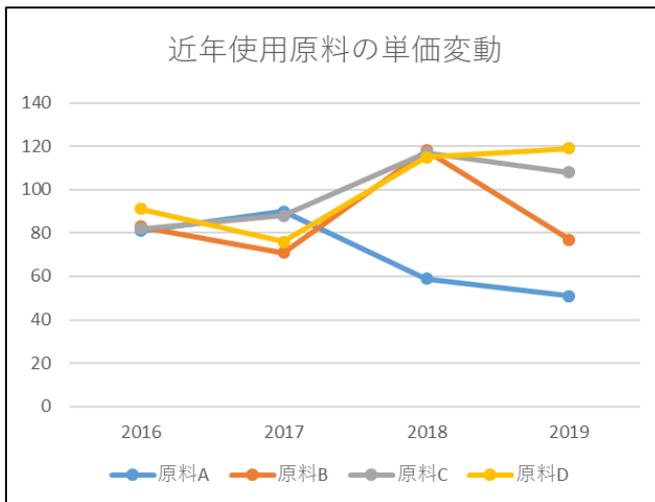
8. 製品の収益力を増やしたい

◇ 分析例

➤ **製品原料の単価変動と各原料に関する出願推移**

上図：（製品原料単価×対象年）

下図：（各原料に関する出願数×出願年）



◇ 分析のポイント

製品の競争力を強めたい場合や、収益率を高めたい場合において、コスト削減は有用な手段である。

製品のコストを構成する重要な部分となる原材料の単価と、その原料に関する特許出願数との組み合わせによるグラフを作成することで、コスト削減研究が進んでいる原材料を特定し、代替材料の検討に役立てることができる。

☆ 使用データ

原材料価格データ

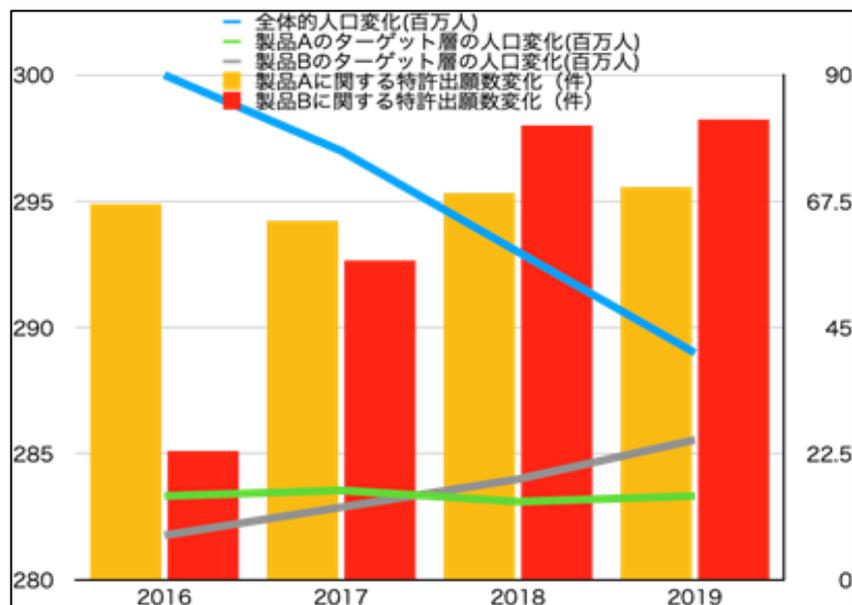
特許出願情報

9. 対象製品に関する技術成熟度と市場成長性を知りたい

◇ 分析例

➤ 社会的分析

(年×出願件数×人口変動)



◇ 分析のポイント

出願数の変化を分析することによって、製品関連の技術の成熟度がわかり、ターゲット層の人口変化を分析することで、かかる市場成長性も分かる。当該分析は製品ポートフォリオの調整や、製品戦略の立案に役立つ。

◇ 使用データ

人口データ

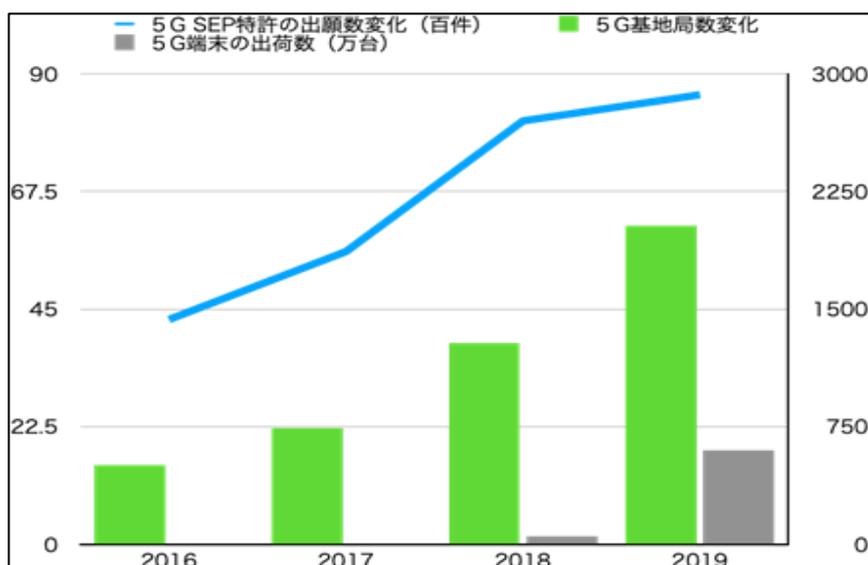
特許出願情報

10. 対象技術に関する出願数の変化とかかる技術に関するインフラ整備の 情報を知りたい

◇ 分析例

➤ インフラ情報

(出願数×インフラ情報×対象年)



◇ 分析のポイント

特定な技術分野における出願数や、かかる技術の普及に関するインフラ整備の情報などを分析することで、特許出願戦略の制定や、製品販売計画の調整に有用な情報を練りだすことができる。

◇ 使用データ

行政の調査報告書や民間のレポート

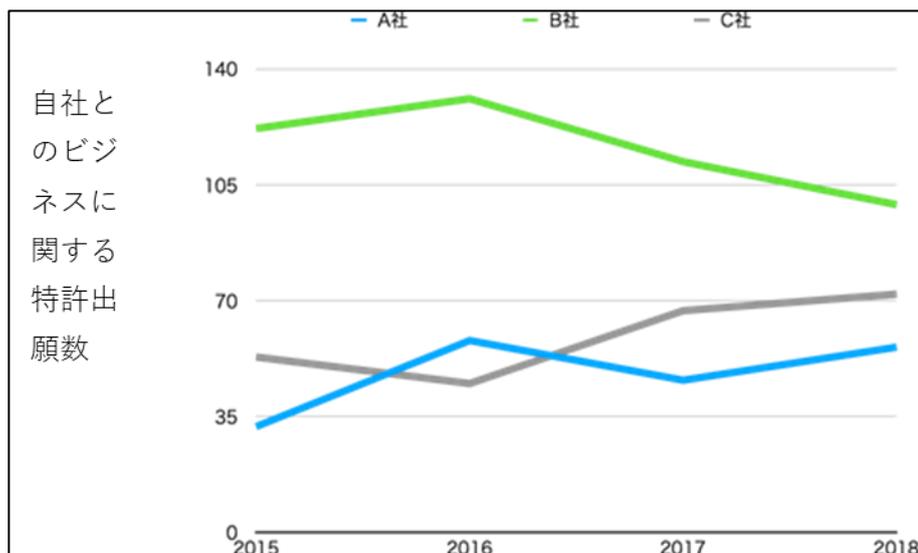
特許出願情報

11. 顧客の特許出願情報（取引に関する技術）を知りたい

◇ 分析例

➤ 顧客特許出願情報分析

（出願数×出願年）



◇ 分析のポイント

顧客との取引製品に関する技術分野の出願動向を分析することで、当該技術における課題等を把握することができ、潜在的なニーズや将来発生しうる要望を満足させる製品を他社より先に提供することができる。

◇ 使用データ

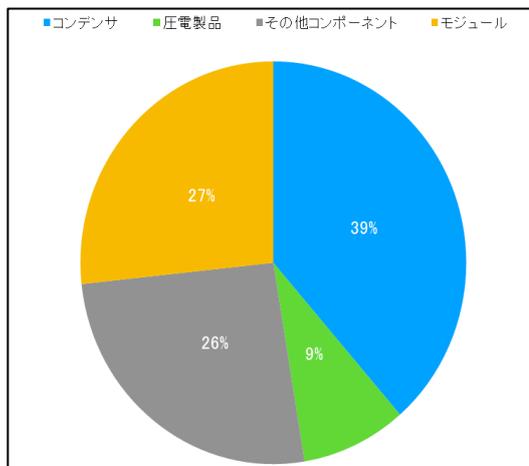
出願データ

12. 他社製品の売上高と特許ポートフォリオの内訳とを対比したい（特許と売上高の関連性）

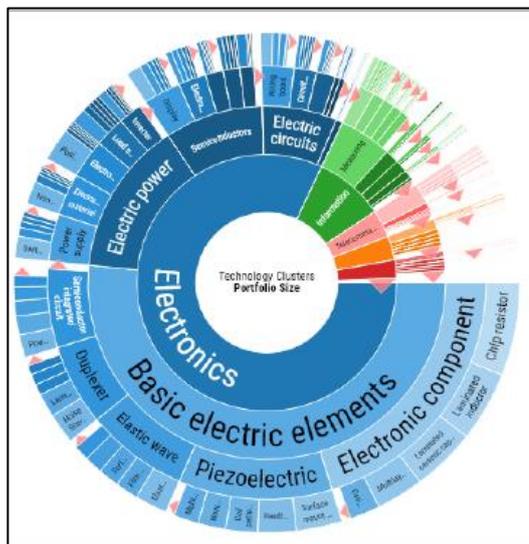
◇ 分析例

➤ 経営状況分析

・ 製品の売り上げ比率グラフ



・ 製品セグメント毎の対応特許出願比率グラフ



《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用

◇ 分析のポイント

特定企業の各製品の売り上げ比率（製品の売り上げ比率グラフ）と、製品ごとの特許出願の比率（製品セグメント毎の対応特許出願比率グラフ）との比較を行う。特定製品分野に対するその企業の動きを推測することができる。

◇ 使用データ

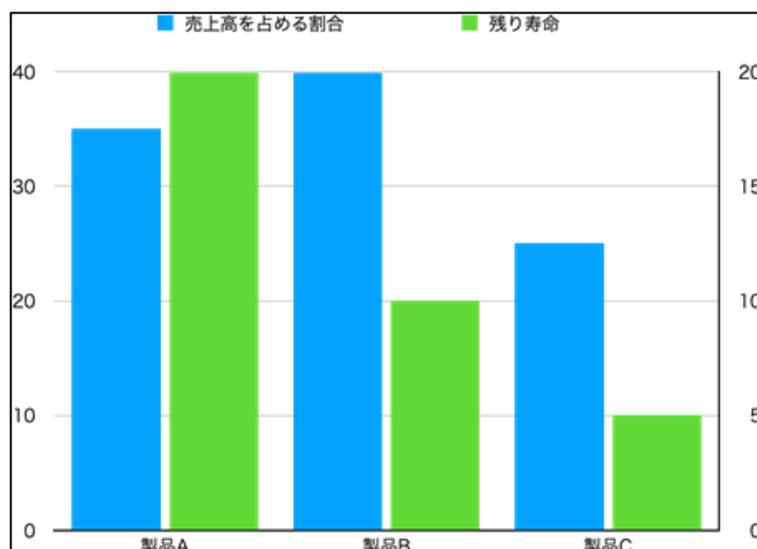
売上金額

特許出願情報

13. 自社製品ポートフォリオとその将来性を知りたい

◇ 分析例

- 対象製品の売上高に対する割合と製品の残り寿命期間との対比グラフ
(製品売上高×残り寿命)



◇ 分析のポイント

当該分析によって自社製品の将来の収益性と製品ポートフォリオの予測ができる。なお、製品寿命に関しては、単純に製品のライフサイクルから試算するだけでなく、採用技術の寿命という観点で、特許出願数の傾向から技術成熟度を判断し、斜陽技術かどうかを判断することで見ても良い。

◇ 使用データ

製品種類

種類ごとの売上金額

種類ごとのライフサイクル

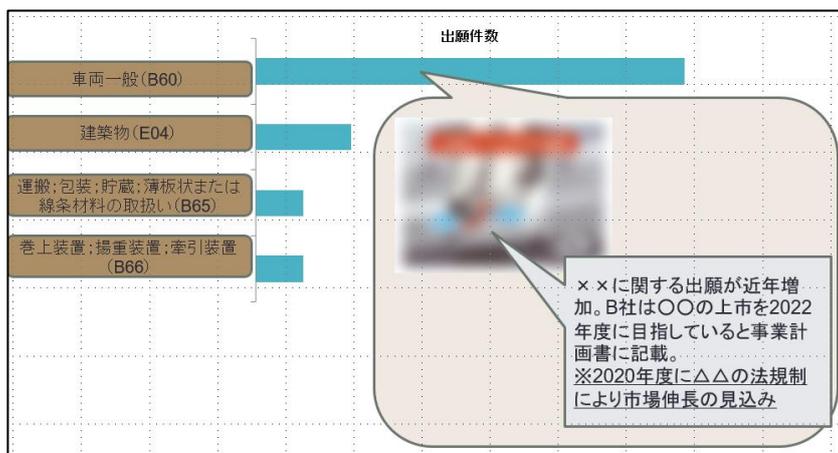
特許出願情報

14. 法規制情報とそれに対応して、開発が進められている技術があるのか 知りたい

◇ 分析例

➤ 法規制と出願数の相関分析

(法規制情報×出願件数)



◇ 分析のポイント

法規制の情報とそれに関連して開発が進められていると思われる技術が分かる。

◇ 使用データ

法規制情報（官公庁情報・Web・新聞等）

技術動向調査レポート

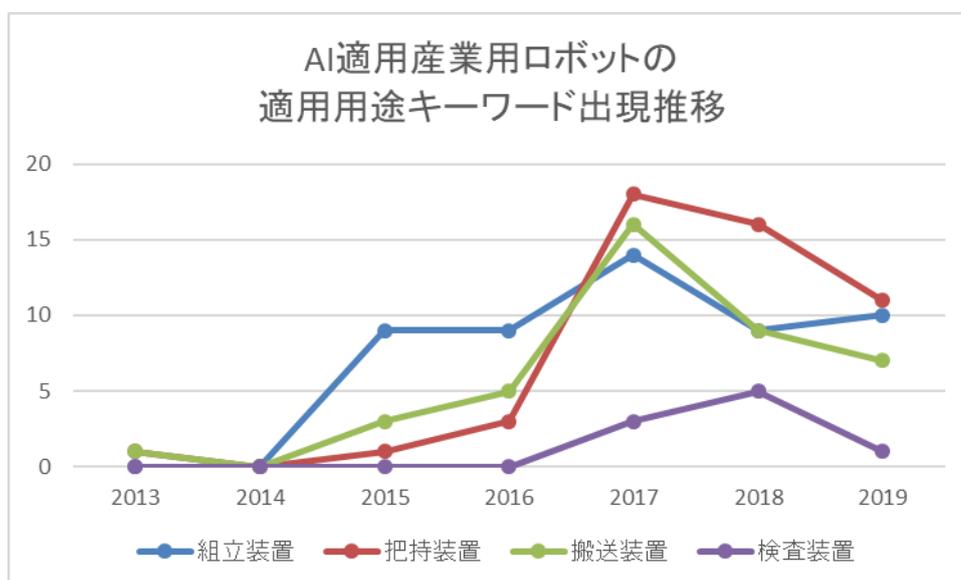
調査会社レポート

特許出願情報

15. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを知りたい<その1>

◇ 分析例

- 特許明細書内の技術キーワード出現推移から判断する技術動向調査
(キーワード数×出願年)



◇ 分析のポイント

特許明細書中の技術キーワード（分野）について、基準期間に対する所定期間でのキーワード出現数の増減を比較することで、近年注目されている分野を判断できる。

◇ 使用データ

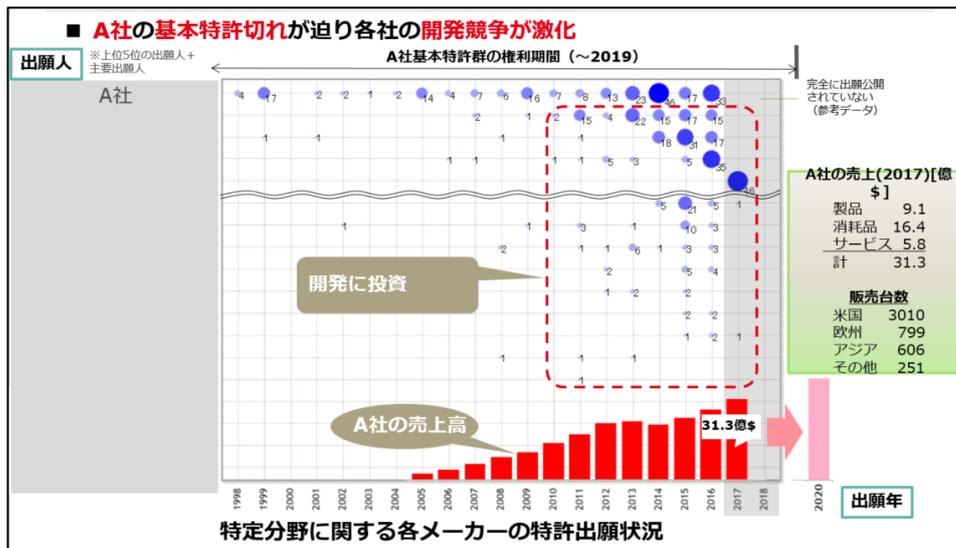
明細書内のキーワード出現頻度

16. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを知りたい<その2>

◇ 分析例

➤ 開発分析

(売上推移×出願件数)

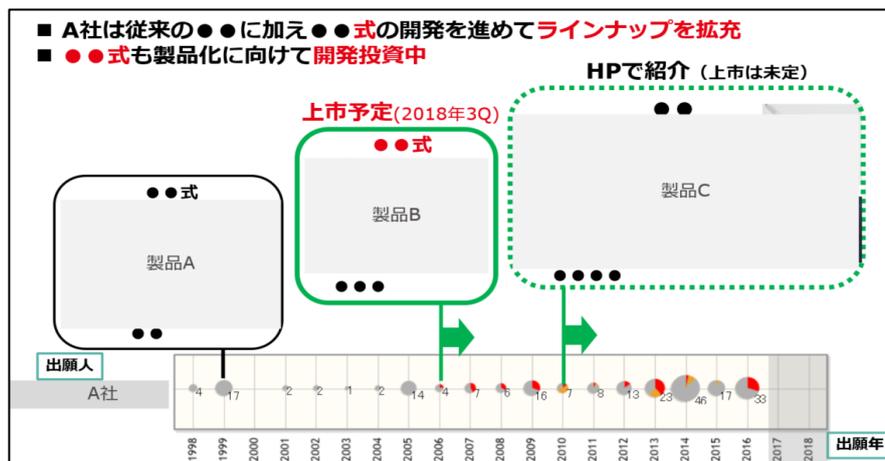
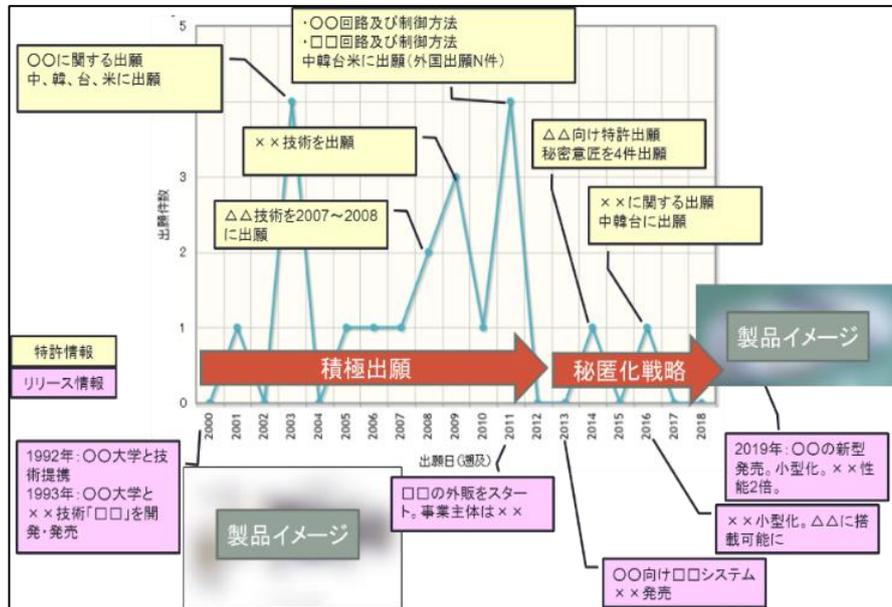


[A. 事業戦略（既存事業の強化）のトップページに戻る](#)

➤ **開発分析**

上図：（新製品情報×出願件数×対象年）

下図：（事業戦略×出願件数×対象年）



◇ 分析のポイント

当社（または他社）の「売り上げ推移」と「出願件数」、または「事業戦略」と「出願件数」を合わせてグラフ化することで、当社（または他社）の出願戦略、開発戦略判断の一助となる。

◇ 使用データ

Web 情報

ニュースリリース

[目次に戻る](#)

[IP ランドスケープの目的選択に戻る](#)

[A. 事業戦略（既存事業の強化）のトップページに戻る](#)

有価証券報告書（IR/財務情報、売上高、販売数、研究開発費等）

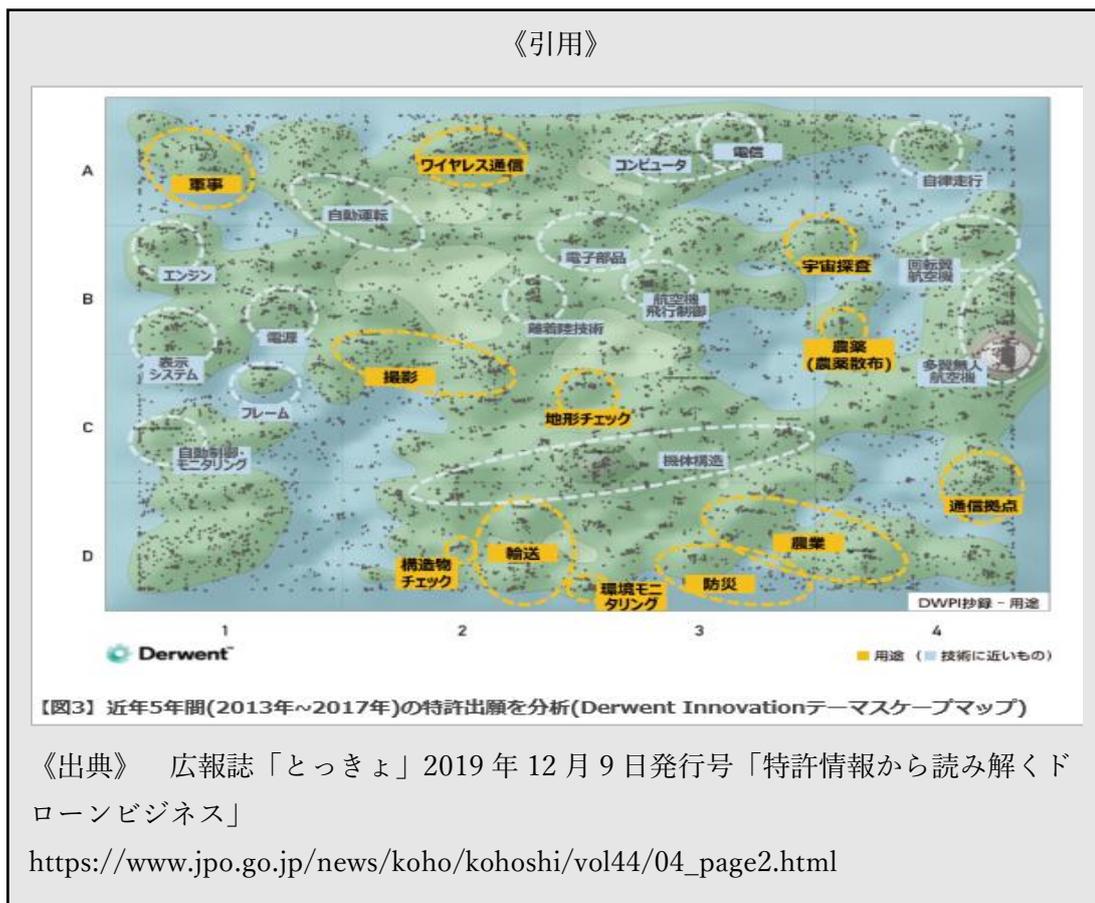
調査レポート

特許出願情報

17. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを知りたい<その3>

◇ 分析例

➤ 技術領域俯瞰分析



◇ 分析のポイント

本図では、特許の抄録情報をテキストマイニングで分析することで、各特許の類似度を俯瞰図として表現している。山の高い位置は出願が集中しており、どの技術分野に出願が集中しているか分かる

競合毎に俯瞰図を作成し、比較すると迅速な概要把握ができ、競合の注力分野や事業戦略の判断の一助となる

但し、技術のカテゴリ分け等、調査分野に関してある程度の知識が必要となる分析である。

◇ 使用データ

特許情報（本図では商用データベースの特許抄録情報を使用）

18. 市場動向を探るために、他社が最近開発を進めている技術、注目している技術などを知りたい<その4>

◇ 分析例

➤ 特許文献のテキストマイニング分析

《引用》

◆ 大手3社は得意分野を活かしつつ幅広く出願 ◆ 新規参入3社は得意な技術、物質に特化		
企業名	特徴的なキーワード	傾向
S社	乳化、シリコーン、オキシエチレン、日焼け止め、粉末、皮膚外用、容器	技術、物質、用途、容器等、幅広い用語群
KA社	乳化、アルキル、アルケニル、シリコーン、固形粉末化粧料、シート、皮膚、チタン、吸水性、雲母	分子構造特定用語を中心とした幅広い用語群
KO社	乳化、ゲル、シリコーン、シロキサン、ナフトキノン、油性、美白、粉体、皮膚外用剤、内服	乳化、ゲル、シリコーンを中心とした幅広い用語群
A社	中性アミノ酸、アミノ酸誘導体、アルギニン、ピロリドンカルボン酸、炭素原子数、水酸基	分子構造特定用語、特にアミノ酸関連用語
R社	ペプチド、アラントイン、アルギニン、アルギン酸、グルコサミン、皮膚	ペプチド、タンパク質を中心とした物質用語
F社	ナノ(粒子)、エマルジョン、ゲル、カロテノイド、アスタキサンチン、カゼイン、皮膚外用剤	技術用語と特定の物質用語が混在

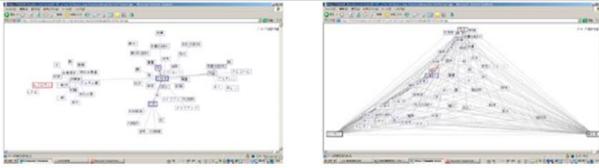


図4 特許情報マクロ分析：マップとキーワード

《出典》
情報管理 Vol 55 No4 2012
特許情報解析のプロセスと有効な活用

◇ 分析のポイント

開発の注目ワードを比較することで、各社の事業方針の判断の一助となる。

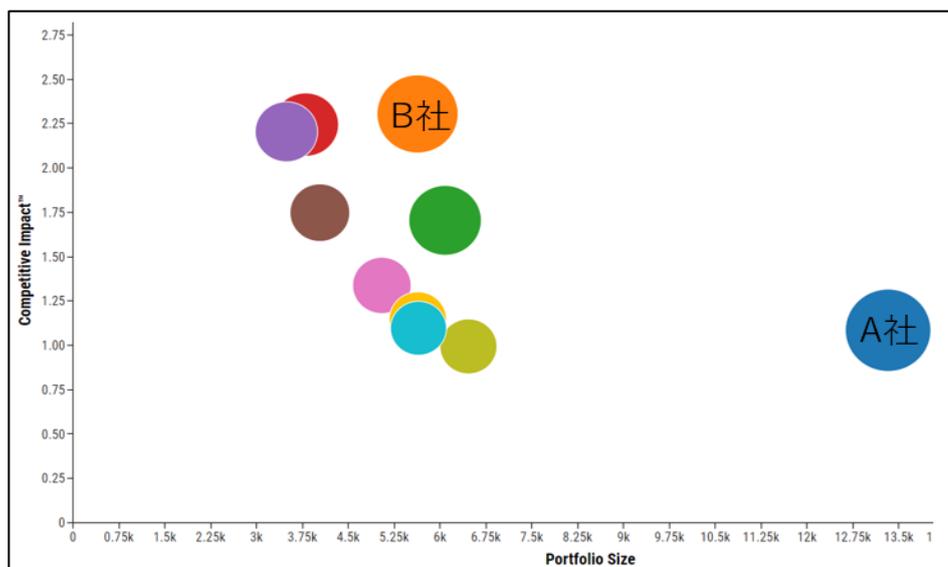
◇ 使用データ

特許明細書内のキーワード情報

19. 当社と他社の特定分野における特許での牽制力や注力度を比較したい

◇ 分析例

➤ 特許価値評価分析



《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用

◇ 分析のポイント

価値評価のスコアマップ（縦軸が保有特許の平均価値、横軸が保有特許の数、バブルの大きさが各企業の保有特許における価値の総合力）から、特許出願数や他社牽制力が高い特許を保有しているプレイヤーが分かる

ここでスコアが高い有力企業を深堀し、有力企業の事業戦略を推察することも可能となる。

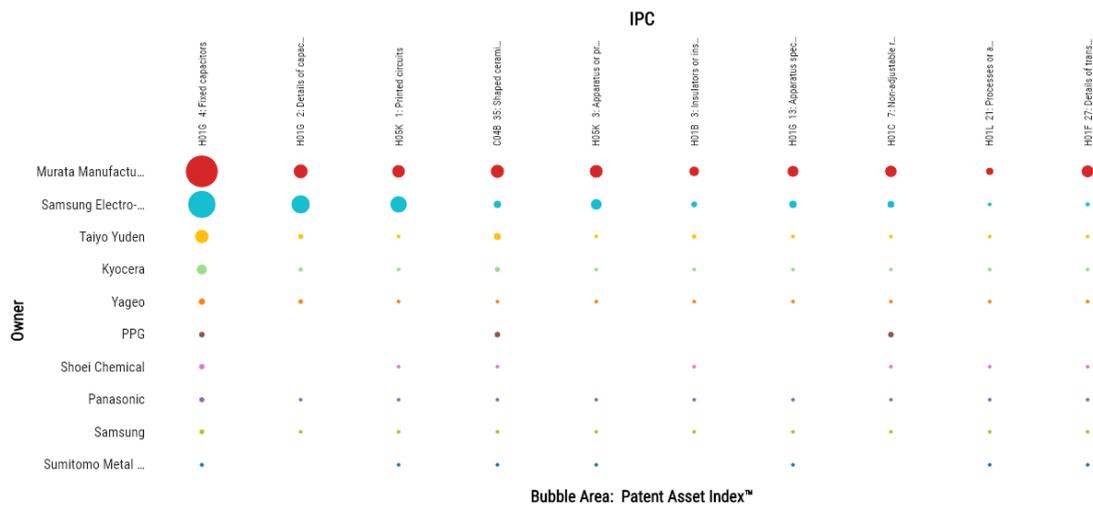
◇ 使用データ

特許価値評価情報

20. 各プレイヤーの得意な技術を知りたい

◇ 分析例

➤ 特許価値評価分析



《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用

◇ 分析のポイント

権利者毎の特許価値を、IPC 分類に分けてバブルチャートで表示することで、バブルの大きさを比較し、各企業の得意技術の差異を把握することができる。

◇ 使用データ

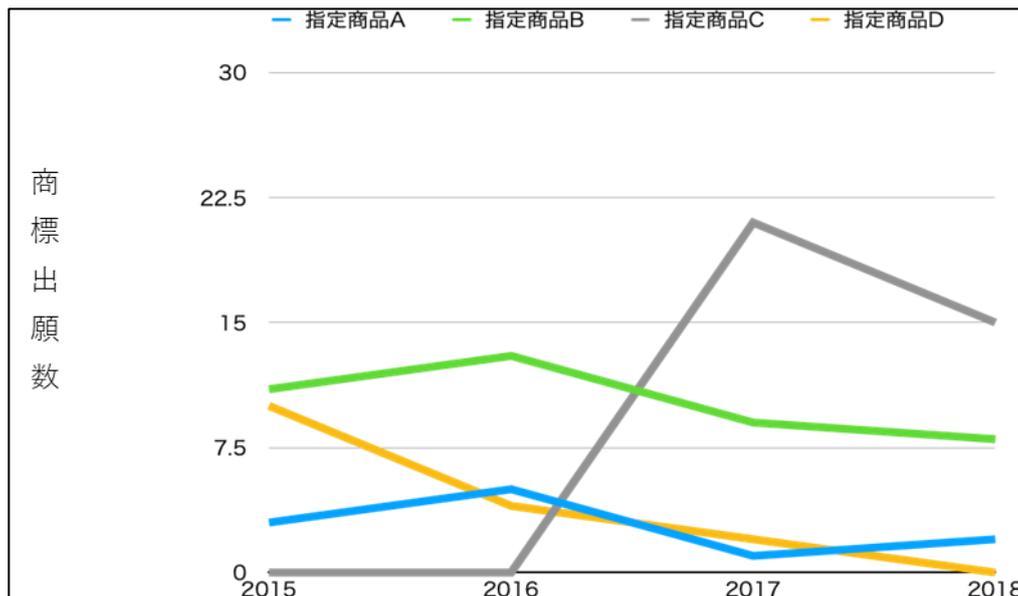
特許価値評価情報

21. 特定の商品カテゴリに関するブランド力を知りたい

◇ 分析例

➤ 商標情報分析

(商標出願件数×出願年)



◇ 分析のポイント

指定商品ごとの商標出願数の変動を分析することで、かかる企業のブランド力や事業拡大の可能性を見極めることが期待できる。

ただし、同様の商品群について、同一商標で品番展開をするか、それぞれに別商標を取るか、または、利用技術を技術ブランドとして商標を取っている等の商標出願上の各企業の戦略によっても件数が変わってくるため、あくまで一側面の分析に留まることは留意すべき。

◇ 使用データ

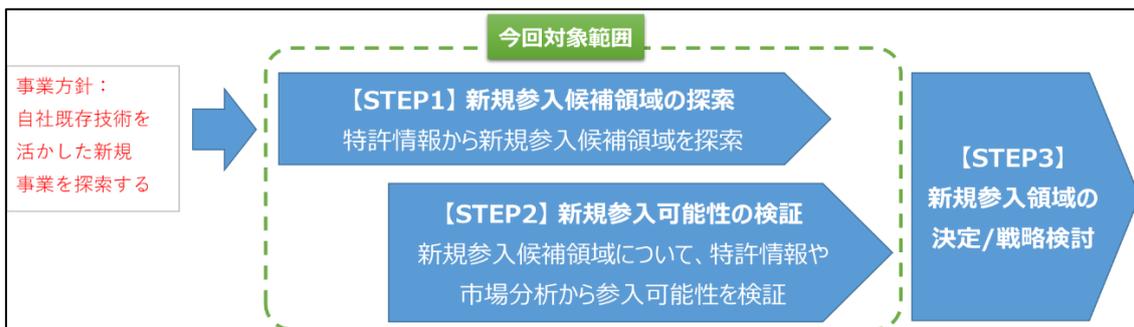
商標出願情報

B. 新規事業の創出

まずはフロー図で、本目的における分析の進め方の概略を示します。

フロー図の「対象範囲」と示している箇所に関して、実際に知りたいことを「本分析で知りたいこと」の項目から選んでください。

◆ 分析フロー図と説明



【前提】 事業方針として、自社既存技術を活かした新規事業を探索するケースを想定。

上図のアプローチで、新規参入領域の探索を実施。

【STEP1】 探索する技術領域を選定し、その領域の自社または他社の特許情報から新規参入候補の技術領域(開発テーマ)を探索

【STEP2】 探索された新規参入候補に対し、各種環境分析や実現性分析を実施し、参入可能性(ビジネス成立性)を検証

【STEP3】 新規参入可能と判断した領域・開発テーマにつき、具体的な開発・ビジネス戦略の検討を実施

今回は、STEP1 および STEP2 における分析の類型(一例)をまとめた。

◆ 本分析で知りたいこと

【STEP1】

1. [ある技術領域におけるホワイトスペース・ブルーオーシャンを探したい](#)
2. [自社の保有技術（自社特許）が応用できる異分野での用途を探索したい<その1>](#)
3. [自社の保有技術（自社特許）が応用できる異分野での用途を探索したい<その2>](#)
4. [自社の保有技術（自社特許）が応用できる異分野での用途を探索したい<その3>](#)

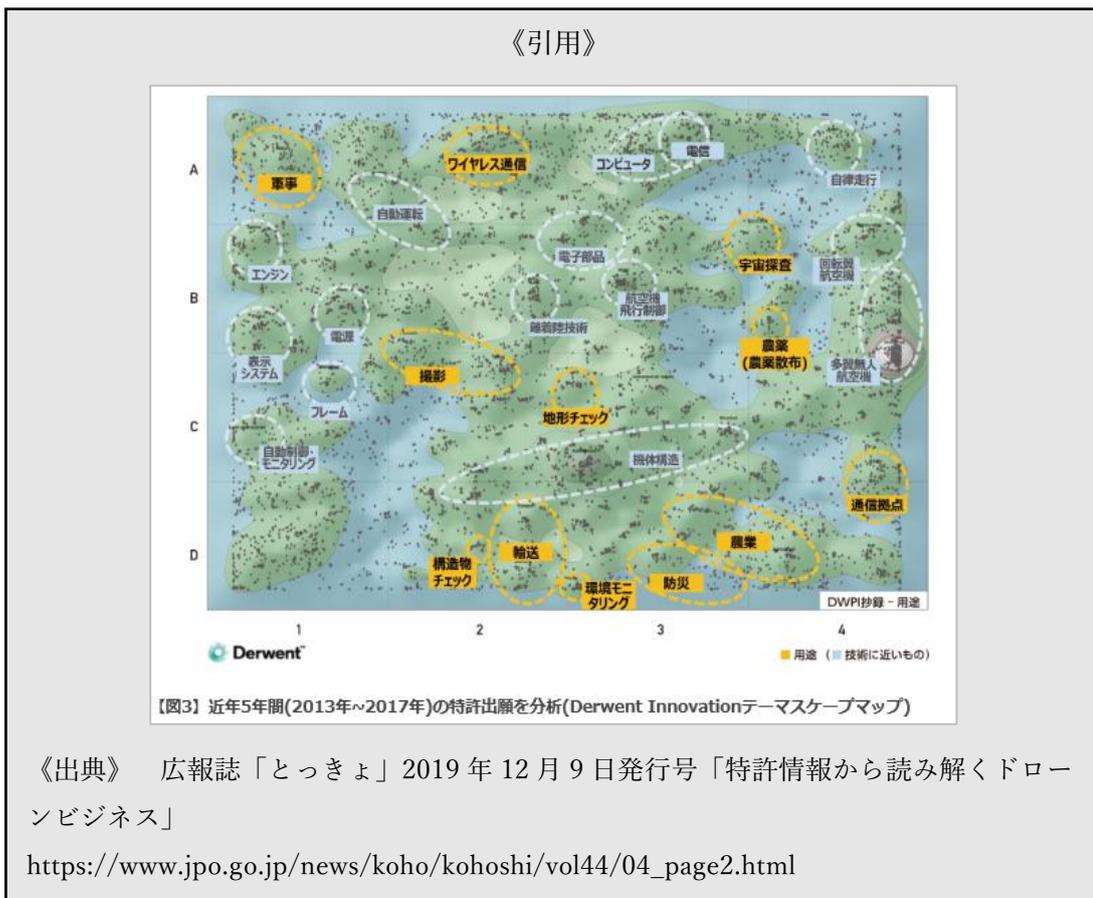
【STEP 2】

5. [探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その1>](#)
6. [探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その2>](#)
7. [探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その3>](#)
8. [探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その4>](#)
9. [探索した新規参入候補となる技術分野や異分野における用途について、ビジネス環境の観点から、参入可能性を知りたい<その1>](#)
10. [探索した新規参入候補となる技術分野や異分野における用途について、ビジネス環境の観点から、参入可能性を知りたい<その2>](#)
11. [探索した新規参入候補となる技術分野や異分野における用途について、ビジネス環境の観点から、参入可能性を知りたい<その3>](#)

1. ある技術領域におけるホワイトスペース・ブルーオーシャンを探したい

◇ 分析例

➤ 技術領域の俯瞰図



◇ 分析のポイント

他社の注力領域・技術開発動向を踏まえて、新規参入領域を検討する。
特定領域における特許データの母集団からマップを作成し、関連技術の特徴・用途を俯瞰的に分析する。マクロな観点からミクロな観点へと深掘りを繰り返し、新規参入候補を探索する。
但し、技術のカテゴリ分けや深掘りポイントの見極めには、調査分野に関してある程度の知識が必要となる分析である。

[目次に戻る](#)

[IP ランドスケープの目的選択に戻る](#)

[B. 新規事業の創出のトップページに戻る](#)

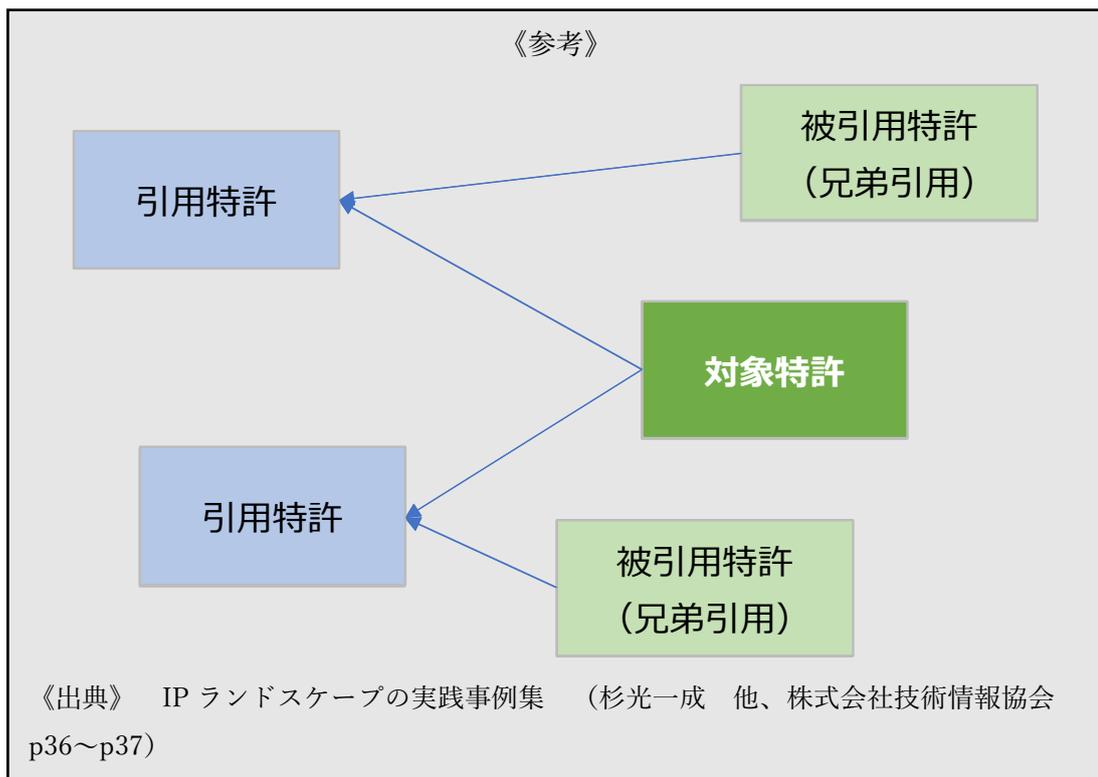
◇ 使用データ

特定分野の特許情報（自社/他社含む）

2. 自社の保有技術（自社特許）が応用できる異分野での用途を探索したい<その1>

◇ 分析例

➤ 兄弟引用分析



◇ 分析のポイント

特許の引用情報を用いて用途探索を行うことができる。自社特許の被引用特許（またはさらにその被引用特許）を調査することで、自社特許の意外な適用先を発見することができる。

自社特許が公開されたばかりで被引用情報が少ないといった場合でも、上図に示すような「兄弟引用分析」も用いることができる。本分析では、自社特許（対象特許）の引用特許における被引用特許（兄弟引用）を調査することで、用途探索を行うことができる。

本分析は自社特許でなくても、適用可能である。（但し、網羅性に欠けることに留意すべき）

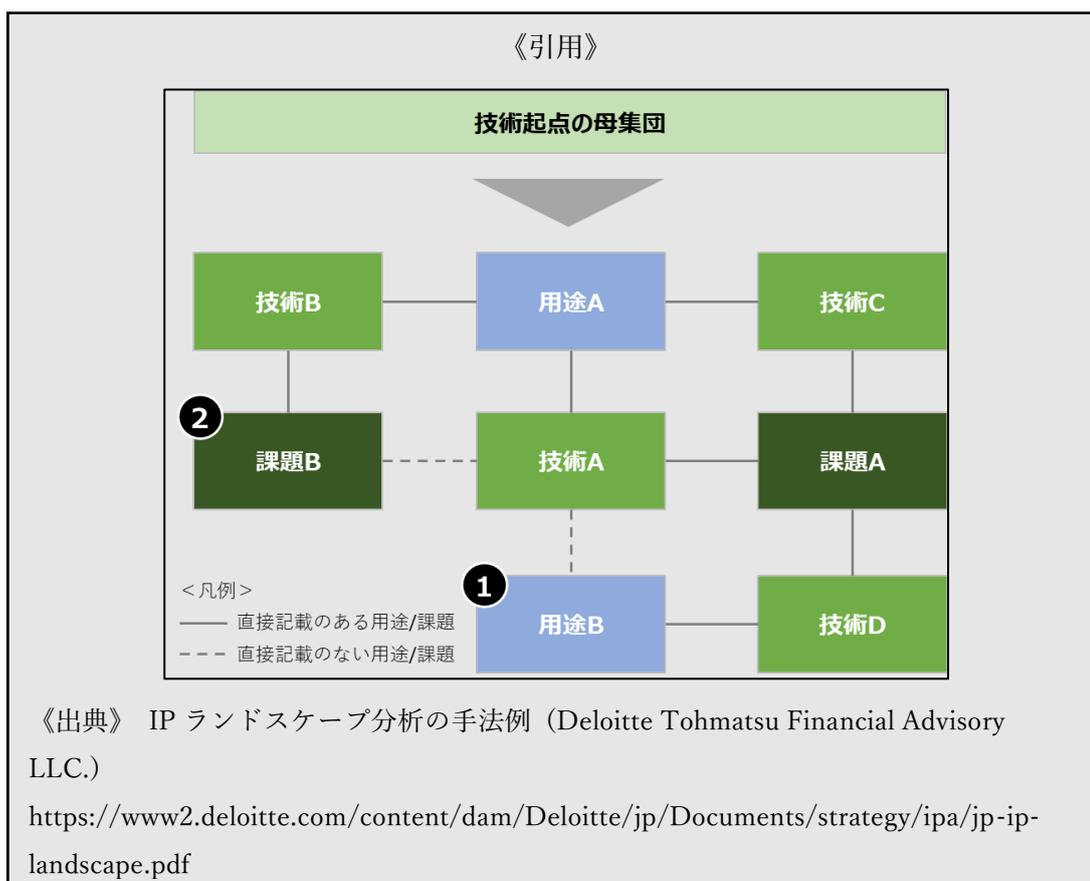
◇ 使用データ

特許の引用情報

3. 自社の保有技術（自社特許）が応用できる異分野での用途を探索したい<その2>

◇ 分析例

➤ 用途/課題分析



◇ 分析のポイント

用途および課題の分類情報/キーワードから、他の用途・応用分野を探索する

① 新規事業探索

自社技術(技術 A)により解決する課題(課題 A)を別技術(技術 D)により解決している特許を分析し、その特許に記載のある用途(用途 B)を特定することで新規事業の探索を行う

②新規 R&D テーマ探索

自社技術の応用先である用途(用途 A)を対象としている別技術(技術 B)の特許を分析し、その特許に記載のある課題(課題 B)を特定することで、自社技術をさらに改良するための新規 R&D テーマの探索を行う

◇ 使用データ

用途および課題の分類情報/キーワード

4. 自社の保有技術（自社特許）が応用できる異分野での用途を探索したい<その3>

◇ 分析例

➤ 用途/課題分析

《引用》

No.	テーマコード	説明	備考
1	2B230	木材等の化学的、物理的処理	-
2	2H505	電子写真における感光剤	2H500へ変更 (H22)
3	2H506	メカネ	-
4	2H569	凹版積子、電光管素、ホログラム光学素子	2H149、2H249へ分割 (H19)
5	2H590	光ファイバの巻線、心線	2H150へ変更 (H17)
6	2H568	電子写真における感光体	-
7	2H569	電子写真における液体現像剤	-
8	2H590	液晶 (基板、絶縁膜及び配向部材)	リスト再作成 (H6)、2H190、2H290へ分割 (H23)

《出典》 J-platpat <https://www.j-platpat.inpit.go.jp/p1101>

◇ 分析のポイント

特許分類の分類分け（説明文）から、他の用途・応用分野を探索する。

◇ 使用データ

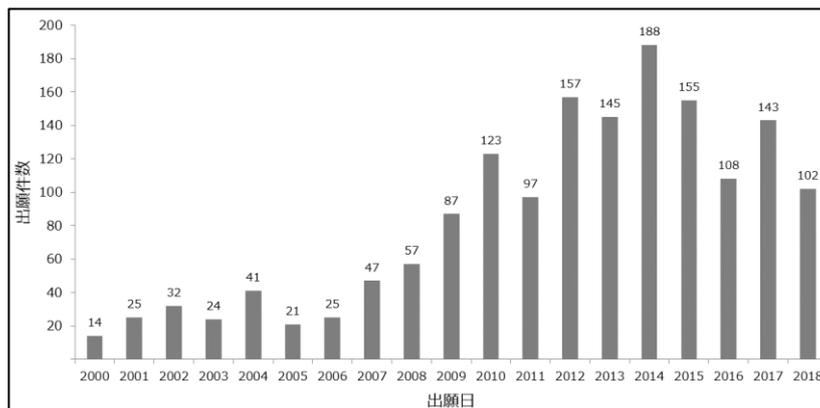
特許分類情報（特に F ターム）

5. 探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その1>

◇ 分析例

➤ 技術動向分析

(特許出願件数×出願年)



◇ 分析のポイント

新規参入先の技術分野における注目度の推移が分かる

- 近年伸びていれば、近年の注目分野と判断できる。
- 過去に山があれば、すでにブームが去った可能性があるが、
課題や解決方法が異なるようであれば、ホワイトスペースの可能性もある。

◇ 使用データ

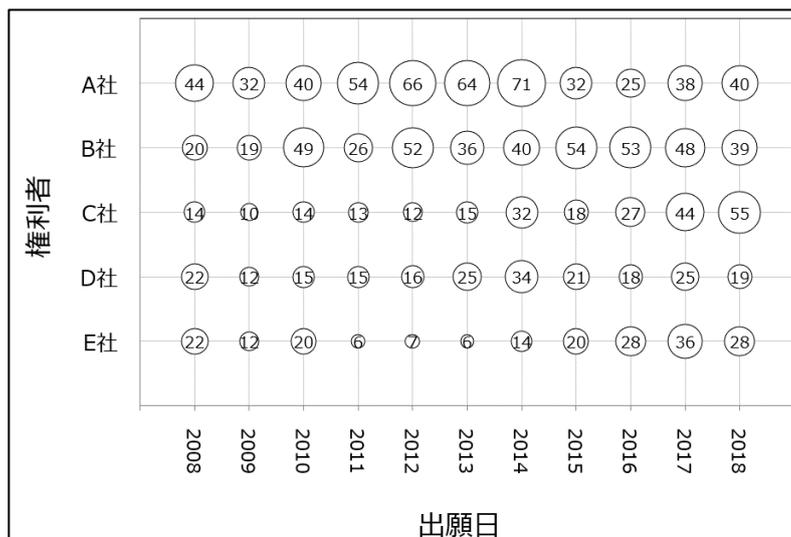
自社/他社の特許出願情報

6. 探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その2>

◇ 分析例

➤ 技術動向分析

(主要プレイヤー(権利者) × 出願件数 × 出願年)



◇ 分析のポイント

新規参入先の技術分野における主要プレイヤーの動向が分かる

- 各主要プレイヤーの研究・開発動向・流れが把握できる。既に、新規参入を検討している取組みが行われていた場合は、新規参入の意義が弱まる可能性がある。

◇ 使用データ

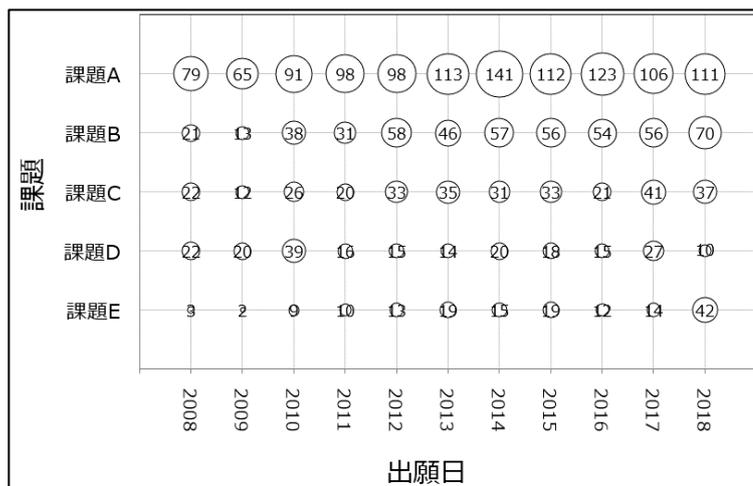
自社/他社の出願情報

7. 探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その3>

◇ 分析例

➤ 技術動向分析

(課題×出願件数×出願年)



◇ 分析のポイント

新規参入先の技術分野における、課題の推移を把握できる。

課題の動向を掴むことで、当該技術分野における将来の技術ニーズが予測できる可能性がある。

◇ 使用データ

自社/他社の出願情報

8. 探索した新規参入候補となる技術分野の動向を知りたい<その4>

◇ 分析例➤ 技術動向分析

(課題×解決手段×出願件数)

	解決手段	解決手段1	解決手段2	解決手段3	解決手段4	解決手段5	解決手段6	解決手段7	解決手段8
課題		81	135	88	85	55	76	36	34
課題A	17	7	7	4	7	9	2		1
課題B	20	6	9	9	7	7	4	1	1
課題C	30	7	11	11	7	9	6	4	
課題D	36	17	16	8	1	13	8	2	7
課題E	50	16	18	42	16	14	10	4	7
課題F	58	28	25	14	11	23	9	1	11
課題G	94	34	44	27	22	45	24	11	15
課題H	97	34	70	21	21	19	11	16	16

◇ 分析のポイント

新規参入先の技術分野において、課題に対してどのような解決手段が多く採択されているかを把握することができる。

あまり採択されていない解決手段を採用することで先行企業との差別化を実現し、新規参入の商機を高めることができる可能性がある。

◇ 使用データ

自社/他社の出願情報

[目次に戻る](#)

[IP ランドスケープの目的選択に戻る](#)

[B. 新規事業の創出のトップページに戻る](#)

9. 探索した新規参入候補となる技術分野や異分野における用途について、ビジネス環境の観点から、参入可能性を知りたい<その1>

◇ 分析例

➤ PEST 分析

P:Politics (政治)	S:Society (社会)
E:Economy (経済)	T:Technology (技術)

◇ 分析のポイント

以下4つの観点から、外部環境による影響を評価する

P: Politics (政治的要因)

E: Economy (経済的要因)

S: Society (社会的要因)

T: Technology (技術的要因)

分析の詳細は各種専門書籍等を参照されたい。

◇ 使用データ

業界ニュース

各社 IR 情報

マーケットレポート

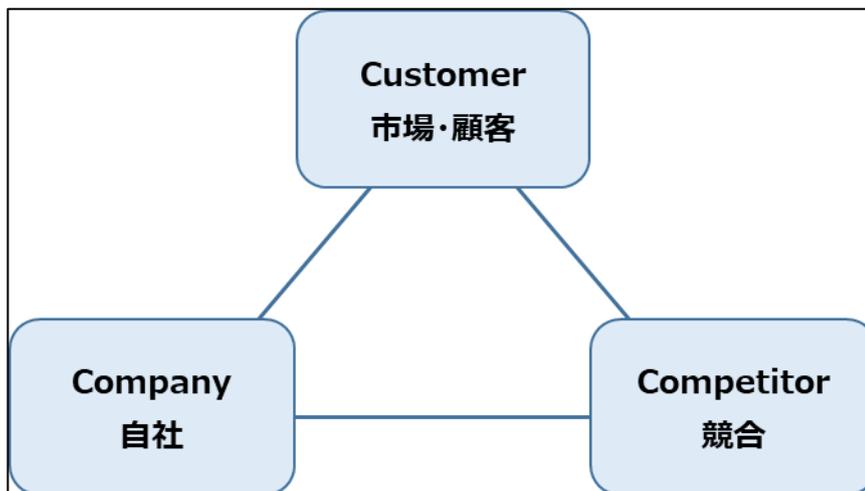
社内マーケティングデータ

各国法律 DB

10. 探索した新規参入候補となる技術分野や異分野における用途について、ビジネス環境の観点から、参入可能性を知りたい<その2>

◇ 分析例

➤ 3C分析



◇ 分析のポイント

Customer（顧客）、Competitor（競合）、Company（自社）の3つの観点から自社の経営環境を分析し、戦略検討や課題探索に活用する。

分析の詳細は各種専門書籍等を参照されたい。

◇ 使用データ

業界ニュース

各社 IR 情報

マーケットレポート

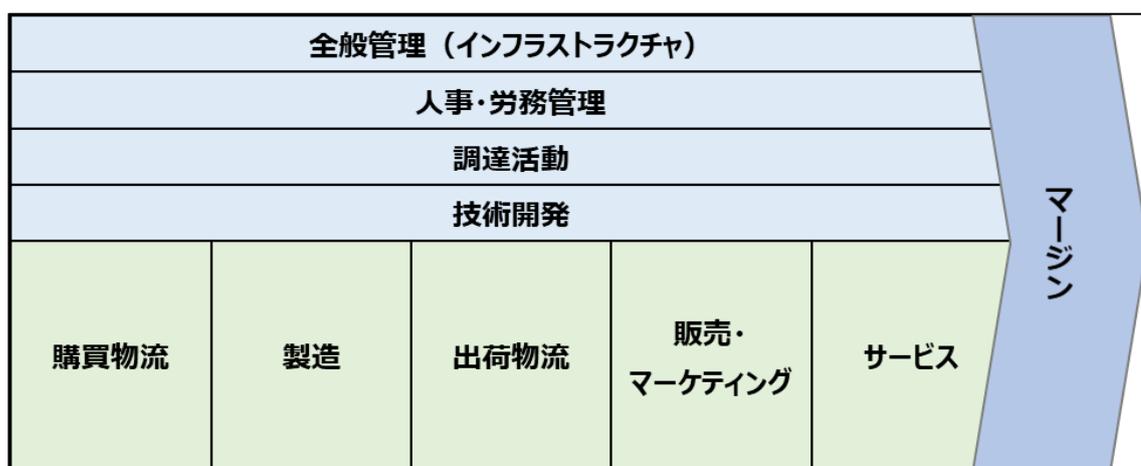
社内マーケティングデータ

各国法律 DB

11. 探索した新規参入候補となる技術分野や異分野における用途について、ビジネス環境の観点から、参入可能性を知りたい<その3>

◇ 分析例

➤ バリューチェーン分析



◇ 分析のポイント

自社の価値の提供ポイント（強み）を見出すことに活用する。
分析の詳細は各種専門書籍等を参照されたい。

◇ 使用データ

業界ニュース
各社 IR 情報
マーケットレポート
社内マーケティングデータ
各国法律 DB

C. M&A・アライアンス

まずはフロー図で、本目的における分析の進め方の概略を示します。

フロー図の「対象範囲」と示している箇所に関して、実際に知りたいことを「本分析で知りたいこと」の項目から選んでください。

◆ 分析フロー図と説明



【前提】 事業Aへの参入または強化という事業方針を策定。

強化等するための施策としてM&Aまたはアライアンス戦略をとる。

または、外部環境の変化によってB社が売り出される。

【STEP1】 事業Aの土台となる自社技術を把握。M&A等の相手方の技術と自社技術との相乗効果や補完効果

によって創出または成長し得る市場の動向を把握。外部環境の変化に対しては、事業戦略との整合性を評価。

【STEP2】 技術力や知財力などに基づいて評価することで、M&A等の方針に適合する相手方候補の選定と絞り込み。

外部環境の変化に伴うB社の売り出しに対しては、B社を技術力や知財力等の点で評価。

【STEP3】 評価結果に基づいて、M&A等の戦略を実行する相手方を決定する。外部環境の変化に伴うB社の売り出しに対しては、B社買収の要否を決定。

今回は、STEP1およびSTEP2における分析の類型（一例）をまとめた。

◆ 本分析で知りたいこと

【STEP 1】

1. 強化すべき事業の土台となりうる強みのある技術を把握したい
2. M&A等で強化したい事業領域の市場動向（成長性等）を探索したい

【STEP 1】 【STEP 2】

3. 特定の技術を保有する企業を選定したい

【STEP 2】

4. 相手方が保有する技術についての資産（無形）を多く保有する企業をM&A等の相手方としたい
5. 相手方候補が保有する技術力や近年の開発注力度を評価したい

6. 相手方が自社との M&A アライアンスに資する知財力や技術力を備えているか客観的に評価したい
7. 相手方が自社との M&A アライアンスに資する知財力や技術力を備えているか客観的に評価したい
8. M&A 相手方がすでに他社と連携しているか否かを確認したい
9. 自社の M&A 等の目的（相乗効果／補完効果）に最適な技術を保有する相手方を選定したい

1. 強化すべき事業の土台となりうる強みのある技術を把握したい

◇ 分析例

➤ 特許価値評価分析

(技術評価指標に基づく評価)

✓	Patent family	Filing year	Technology Relevance™	Competitive Impact™	Title
1	JPO00000.A	2013	23.2	15.7	Epoxy comp metal
2	JPO00000.A	2015	19.7	48.2	Interr for la glass
3	JPO00000.A	2015	12.6	21.5	The n
4	US000000.A	2016	12.2	9.0	Adhe comp orgar
5	US000000.A	2013	12.2	20.8	Meth appai joinin
6	US000000.A	2017	11.1	6.1	Adhe orgar electi
7	US000000.A	2011	11.0	22.4	The a sheet
8	US000000.A	2013	10.5	19.9	Adhe and e

《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用※Technology Relevance、Competitive Impact は登録商標

◇ 分析のポイント

審査引用回数等に基づいて、自社技術のパイオニア性や注目度を客観的に評価することで、他社に対して強みとなりうる自社技術を把握することができる。

◇ 使用データ

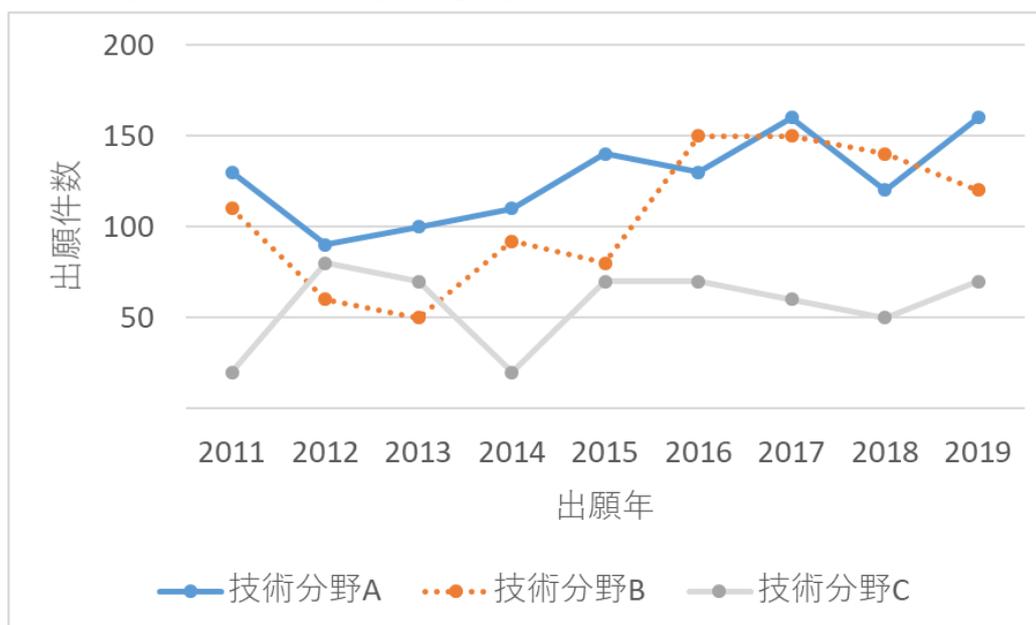
引用回数、審査経過等に基づく指標

2. M&A 等で強化したい事業領域の市場動向（成長性等）を探索したい

◇ 分析例

➤ 技術分野ごとの出願件数推移分析

（出願件数（縦軸）×出願年（横軸））



◇ 分析のポイント

先行企業の出願件数推移を把握することができる。

出願件数の推移や、先行企業数等から、技術領域の開発の隆盛を評価することによって、M&A 等の投資をすべき技術分野であるか否かの判断材料とすることができる。

また、投資すべき技術分野を判断するという点では、本図では使用していないが、論文でテーマとされている技術や、各企業の IR レポート等に記載の中期経営計画で言及されている研究・開発分野も、今後活発になる技術分野である可能性が高い。

◇ 使用データ

経営計画

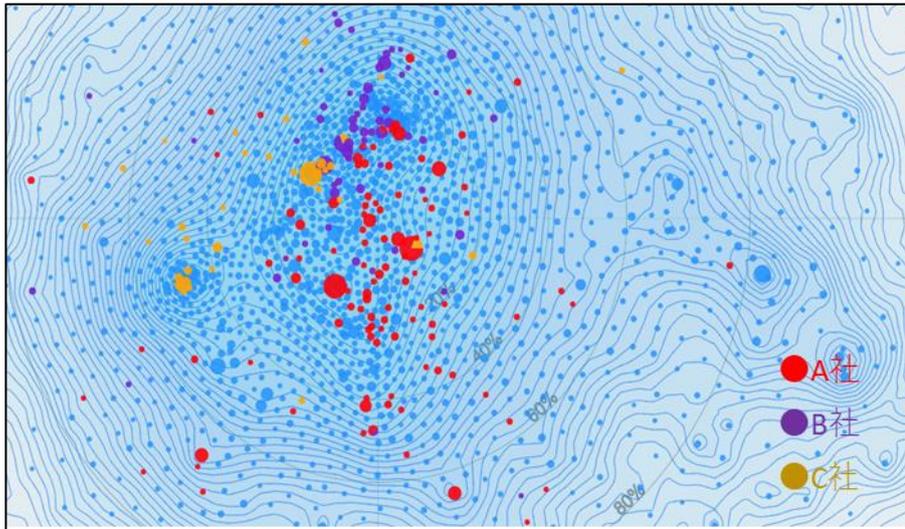
論文

特許出願情報（件数、IPC等の技術分類）

3. 特定の技術を保有する企業を選定したい

◇ 分析例

➤ 特許テキストマイニング分析



《使用ツール》

VALUENEX 株式会社 VALUENEX Radar を使用

◇ 分析のポイント

技術分野を広く俯瞰することで、開発が集中する領域とそうでない領域と、各領域で先行する企業を明確化することができる。

自社の事業戦略に必要な技術を多く保有する企業を抽出することができる。

◇ 使用データ

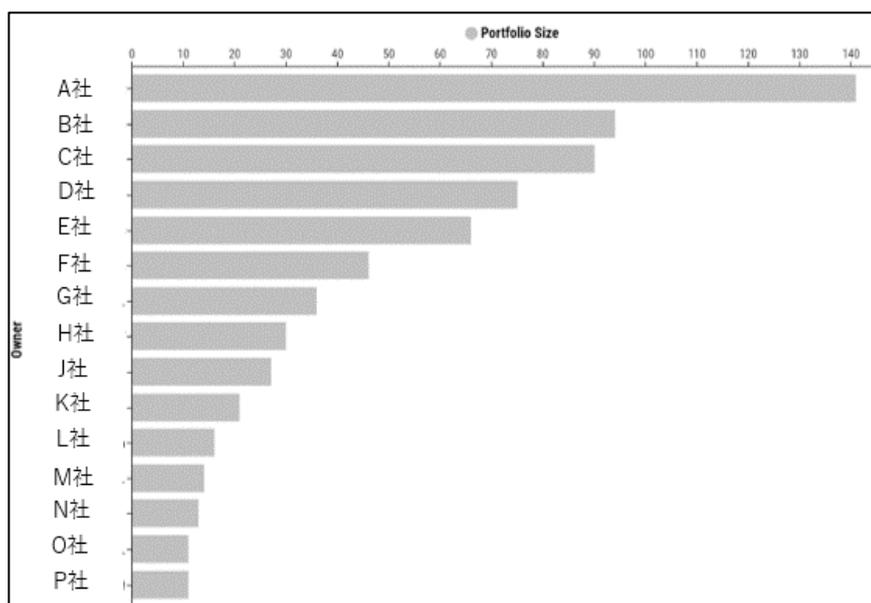
特許出願情報

4. 相手方が保有する技術についての資産（無形）を多く保有する企業を
M&A 等の相手方としたい

◇ 分析例

➤ 出願人ランキング

(出願人×出願件数)



◇ 分析のポイント

知的財産権の保有件数や特許スコア等の価値評価指標に基づいて、無形資産を多く保有する企業や価値の高い無形資産を保有する企業を選定することができる。知財戦略を推進する企業を選定することができる。

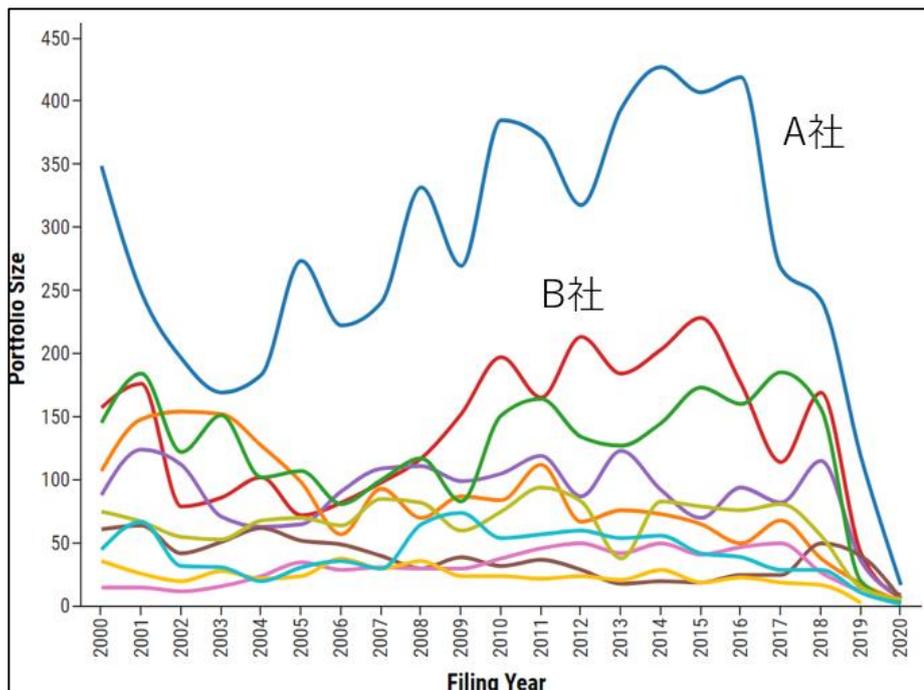
◇ 使用データ

特許出願情報（出願人、権利移転の情報）

5. 相手方候補が保有する技術力や近年の開発注力度を評価したい

◇ 分析例

- 出願人ごとの出願件数推移分析
(出願件数×出願年)



《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用

◇ 分析のポイント

相手方候補の特許出願の推移を把握することができる。

長年にわたり特許出願を継続する出願人は、長年にわたり開発を継続しているといえることから、特許出願に表れない技術深耕がされ一定のノウハウ技術が蓄積されていることが想定される。このノウハウ技術が蓄積されている可能性が高い相手方を選定するための材料とすることができる。

また、近年の出願件数を確認することにより、近年の開発注力度、開発を止めていないかを確認することができる。

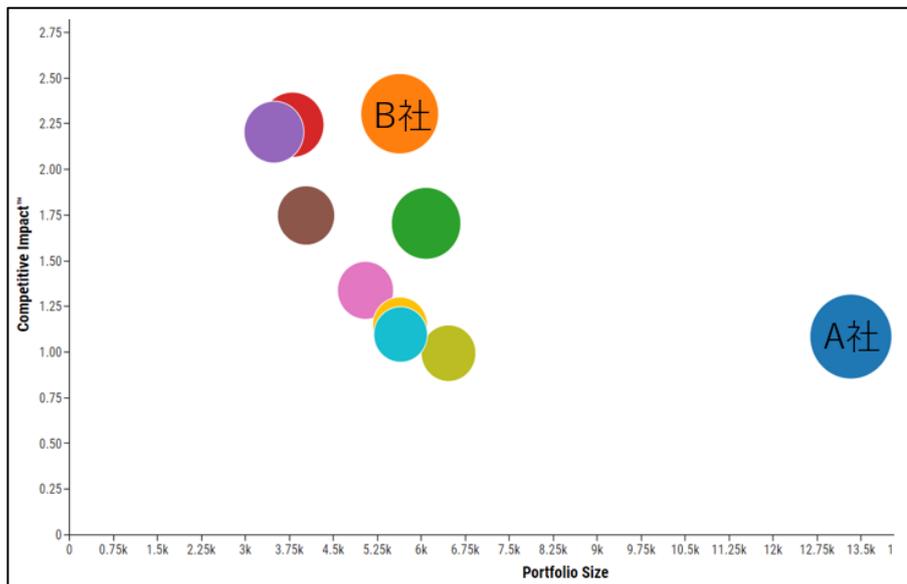
◇ 使用データ

特許出願情報（件数、出願年数、出願人）

6. 相手方が自社との M&A アライアンスに資する知財力や技術力を備えているか客観的に評価したい

◇ 分析例

➤ 特許価値評価分析



《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用※Patent Asset Index 及び Competitive Impact は登録商標

◇ 分析のポイント

価値評価のスコアマップ（縦軸が保有特許の平均価値、横軸が保有特許の数、バブルの大きさが各企業の保有特許における価値の総合力）から、各企業の知財力を客観的に判断することができ、より価値の高い知的財産権や技術を保有する相手方の選定の材料とすることができる。

◇ 使用データ

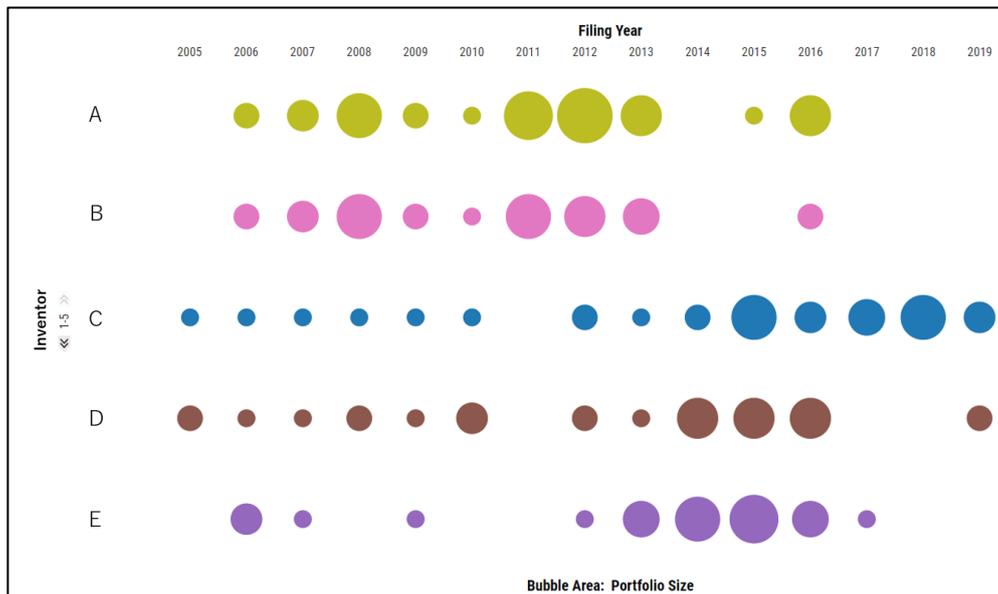
特許出願情報（件数、引用情報、審査経過、ファミリー数等）

7. 相手方が自社との M&A アライアンスに資する知財力や技術力を備えているか客観的に評価したい

◇ 分析例

➤ 発明者分析

(出願年×発明者)



《使用ツール》

LexisNexis PatentSight を使用

◇ 分析のポイント

相手方候補が保有する技術へのリソース投資度（人員投入数）の評価や、開発の中心を担うキーマンを把握することができる。

将来的に価値のある技術を生み出す可能性を秘めた人材の有無に基づいて M&A 等の相手方を選定する際の材料とすることができる。

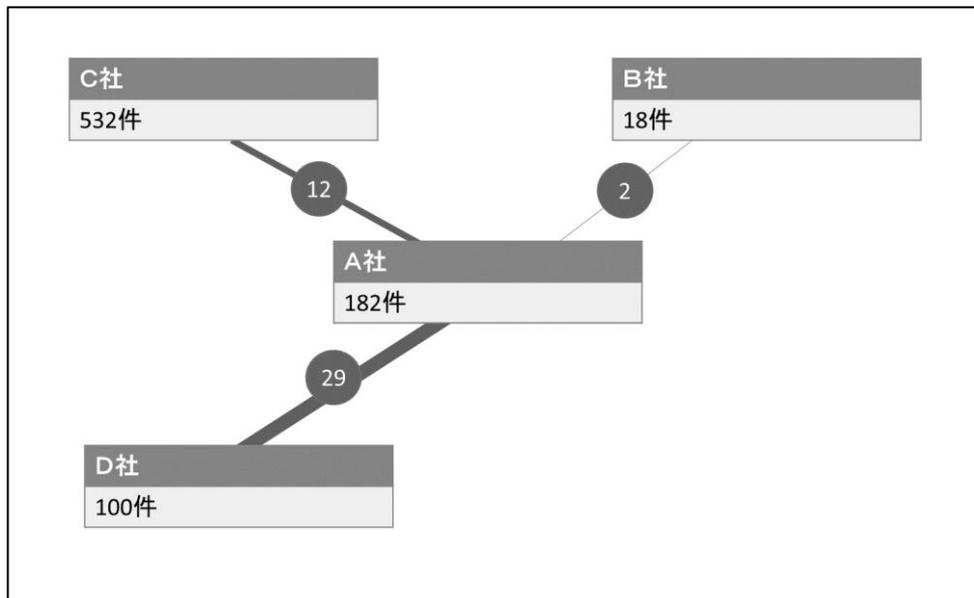
◇ 使用データ

特許出願情報（件数、発明者、出願年）

8. M&A 相手方がすでに他社と連携しているか否かを確認したい

◇ 分析例

➤ 共同出願人分析



◇ 分析のポイント

相手方候補の共有特許権者を把握することができる。

相手方候補の共有特許権者のなかに自社の競合が存在するか否かを確認することで、M&A等の効果を最大限に発揮できないリスクを評価することができる。

なお、論文の共著のデータや、プレスリリースでの提携情報も平行して調査することが望ましい。

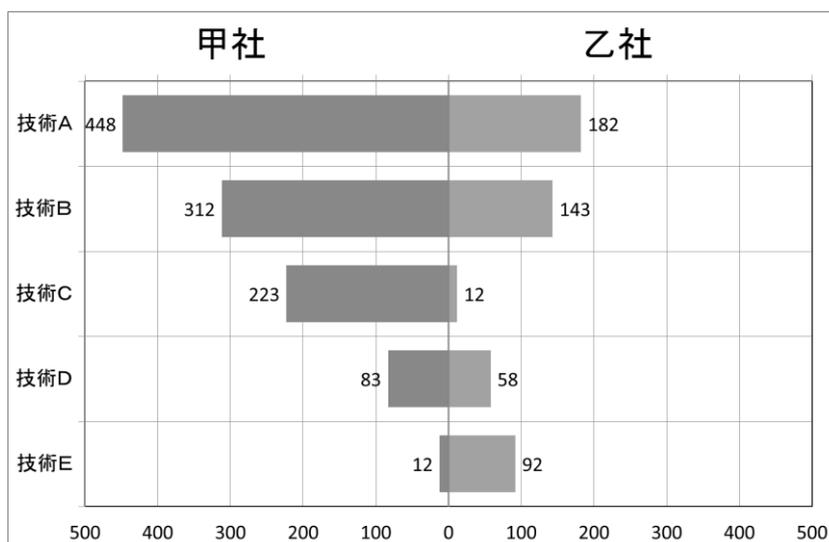
◇ 使用データ

特許出願情報（共同出願人、権利移転の情報）

9. 自社の M&A 等の目的（相乗効果／補完効果）に最適な技術を保有する相手方を選定したい

◇ 分析例

➤ 補完関係分析



◇ 分析のポイント

自社と相手方が保有する特許出願数や特許スコア等の評価指標に基づき、技術的な補完関係の有無を把握することができる。この補完関係の有無は上記マップ以外にもマトリクスマップや俯瞰図で把握することもできる。

自社が保有する技術を適切に補完でき、シナジー効果を最大限に発揮できる相手方の選定材料とすることができる。

◇ 使用データ

特許出願情報（件数、IPC等の技術分類）

協力者一覧

本一覧表は以下の方の協力の基に作成されております。ここに各名をご記載させていただきます。。

- 2020 年度情報活用委員会 第4小委員会 第2ワーキンググループ

堀井 正己 様 (昭和電工マテリアルズ株式会社)

齋藤 広亘 様 (エーザイ株式会社)

高橋 洋 様 (オルガノ株式会社)

増永 秀樹 様 (KDDI 株式会社)

法村 圭 様 (大日本住友製薬株式会社)

冨田 隆浩 様 (株式会社神戸製鋼所)

井上 馨 様 (三菱ケミカル株式会社)

並河 愛子 様 (株式会社ニコン)

- 株式会社 PatentSight Japan 様

※本一覧表で使用している LexisNexis PatentSight は、株式会社 PatentSight Japan が提供するデータベースであり、「LexisNexis」は RELX Inc.が、「PatentSight」は PatentSight GmbH が、それぞれ保有する登録商標です。

- VALUENEX 株式会社 様

本一覧表の作成について

本一覧表は情報活用委員会 第3小委員会第1ワーキンググループの以下の者により作成しました。

吉武 和志（株式会社ダイヘン）

加藤 克彦（三菱パワー株式会社）

吉田 光宏（株式会社東芝）

吉永 泰子（三井化学株式会社）

相良 芳則（株式会社ゼンリン）

原田 晴夫（株式会社デンソーテン）

劉 威（TDK株式会社）

西東 貴士（川崎重工業株式会社）

高島 竜彦（凸版印刷株式会社）

早野 一樹（DIC株式会社）