

2020. 5. 4

畑 啓之

特許を経営戦略に活かす「IP ランドスケープ」は「パテントマップ」から大きく進歩？

Google が世に出た時、22 年位前であったと記憶していますが、最初にその検索原理を聞いたときにはさすがだと思いました。Web サイトにおいて多く検索されるサイトはもちろん有用ですが、Google が注目していたのが、その Web サイトにどのくらいのリンクが外部から張られているかということでした。有用なサイトであるほど、多くのリンクが張られるという考え方です。

これと同じ考え方に、論文の引用回数があります。一流の、超一流の専門誌に掲載されることにより、その投稿論文の質の高さは保証されます。それだけではなく、その論文が後続する論文からどれだけ参照されるかにより、その論文の価値が証明されていきます。最近、日本の科学者の出す論文の参照回数が少ないことが問題になり、日本の科学技術が衰退しつつあるのでは、との議論がなされている理由がここにあります。

さて、特許でもその理屈は同じです。特許を出願するときには、その前例となる特許をかならず示しておかなければならないとのルールがあります。特許庁の審査官が、その前例特許に対してどこが新規で、どこに進歩性があるかを判断するためです。どの出願特許がどの前例特許を前例としているかは、特許検索を行うことにより容易に知ることができます。

研究者であれば、研究に先立ってパテントマップを作成し、技術情報の整理を行います。また、研究者が出願した特許をどこの会社のどのような出願特許が参照しているかも、特許出願の数年後からは確認することができるようになります。出願した特許は1年半後に公開となりますので、この出願特許を参照した特許をすぐに出願したとすると、その出願特許が公開されるのに1年半、従って研究者が出願した特許が参照されたかどうかを知るのは原理的には3年以降ということになります。

話を新聞記事の IP ランドスケープに移します。この IP ランドスケープという手法はパテントマップよりもより細かく分析を加えることにより知財を競争戦略に役立てます。新聞記事の図3から図4への具体的な導き方は示されてはいませんが、このような使い方は従来のパテントマップ（図3に相当）からは大きく進歩したもので、経営に対して有用な戦略的情報を提供することは間違いのないでしょう。

ただし、この図3から図4へのジャンプには「専用ツール」が必要、と記されています。

知財量に頼る日本勢

分析法「IPランドスケープ」で鮮明

企業が抱える知的財産を分析し、経営戦略に生かす「IPランドスケープ」と呼ばれる手法が日本でも知られて数年だが、その意義に気付いていない経営者も多い。同手法に用いるツール会社の協力を得て国内外の有力企業と比較したところ、日本勢は特許の数が多いものの、質や管理の面で海外勢に後れを取っていることが分かった。経営者はまず目的と手順を知る必要がある。

(編集委員 渋谷高弘)

図1 IPランドスケープによる主要企業比較

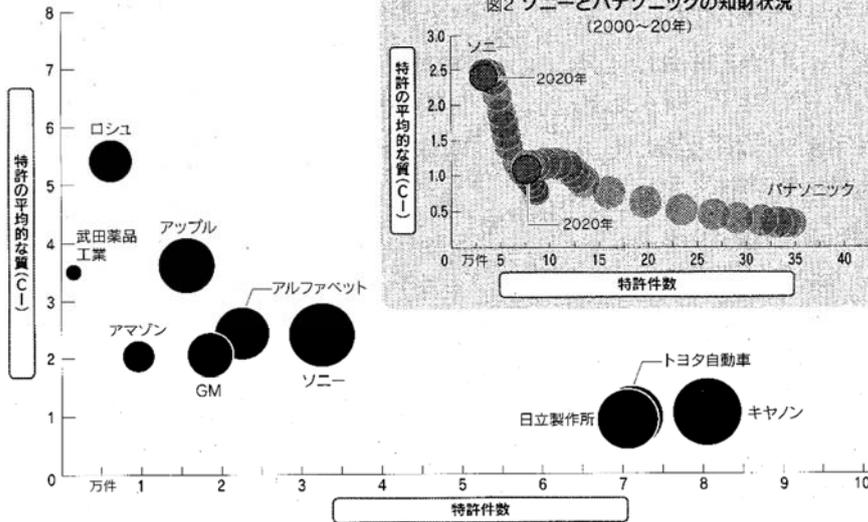
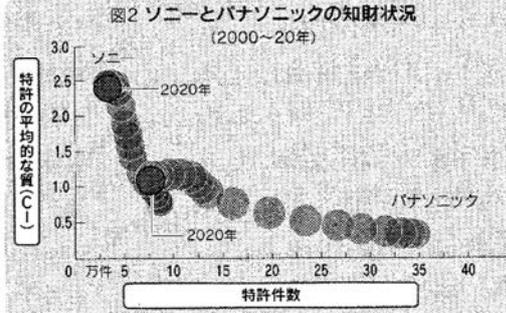


図2 ソニーとパナソニックの知財状況 (2000~20年)



質やコスト、海外勢に後れ

まず、図1を見れば、日本勢は特許の数が多いものの、平均的な質が低いことが分かる。これは、IPランドスケープに用いられるツールを用いて、4月初旬の各社の「知財力」を視覚的に示したチャートだ。横軸は各社が保有する特許の件数、縦軸は各社の特許の質を示す指標「コンベティブ・インパクト(CI)」の平均値を、円の大きさは総合力を示している。

CIは各特許の技術的価値(他の特許による引用)と、市場(売れ代)の国で特許化されているかで算定される。引用を指標にするのは、他の特許が出願時に自らの独立性を主張する際に引用されるほど、価値が高い特許とみなせるからだ。世界全特許のCIの平均値が「1」だ。

CIは各特許の技術的価値(他の特許による引用)と、市場(売れ代)の国で特許化されているかで算定される。引用を指標にするのは、他の特許が出願時に自らの独立性を主張する際に引用されるほど、価値が高い特許とみなせるからだ。世界全特許のCIの平均値が「1」だ。

図3 スウォッチ特許を引用した特許の数

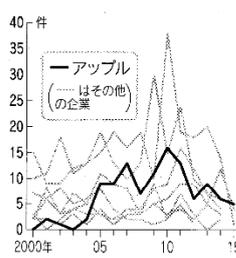
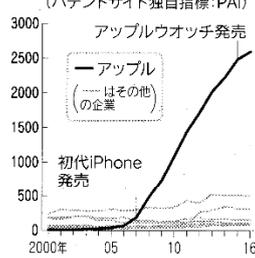


図4 スウォッチ特許を引用した特許の知財総合力 (パテントサイト独自指標: PAI)



他社の知財戦略 先読みも可能に

専用ツールを用いたIPランドスケープを行うと、見えてきた他社の知財戦略の先読みも可能になる。独パテントサイトが数年前、随時入手の「スウォッチ」グループの保有特許について分析したところ、驚くべき結果が出たという。

専用ツールを用いたIPランドスケープを行うと、見えてきた他社の知財戦略の先読みも可能になる。独パテントサイトが数年前、随時入手の「スウォッチ」グループの保有特許について分析したところ、驚くべき結果が出たという。

力を得ているのだ。総合力が同程度ならよいのではないかと、このツールを用いて、4月初旬の各社の「知財力」を視覚的に示したチャートだ。横軸は各社が保有する特許の件数、縦軸は各社の特許の質を示す指標「コンベティブ・インパクト(CI)」の平均値を、円の大きさは総合力を示している。

図3はスウォッチの特許を引用した特許の数、他社がどれだけの特許を出願したかを示した古典型なチャートだ。他社に引用される特許は技術的価値が高い。縦軸は特許件数であり、スウォッチ特許は毎年、他社に引用されていることには分かってきた。日本企業も、他社の戦略を先読みし自社の戦略を生かすため、IPランドスケープが不可欠だ。

図4はパテントサイトが独自に作成したチャートで、縦軸は「スウォッチ」特許を引用した特許の知財総合力だ。1社だけの特許を引用した特許では抜けた知財力を積み上げている企業がある。2015年以降、随時計市場に参入したアップルだ。

図4はパテントサイトが独自に作成したチャートで、縦軸は「スウォッチ」特許を引用した特許の知財総合力だ。1社だけの特許を引用した特許では抜けた知財力を積み上げている企業がある。2015年以降、随時計市場に参入したアップルだ。

IP ランドスケープ (Wikipedia)

IP ランドスケープ (intellectual property landscape) とは、2017 年 4 月に特許庁が公表した『知財人材スキル標準 (version 2.0)』において戦略レベルのスキルとして定義された用語である。

これはパテントマップとは異なり、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・将来の展望等を示すものである。

IP ランドスケープ IP は Intellectual Property (知的財産、知財) の略語で、広い意味では、知財を生かした経営を指す。

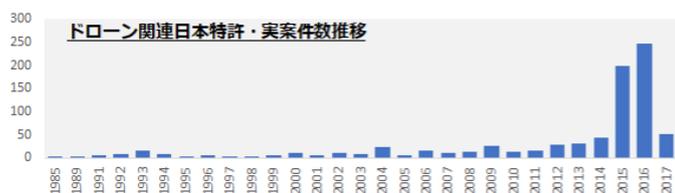
Google トレンドにおいて"ip landscape"と"patent landscape"のキーワード検索ボリュームの推移を確認すると、"ip landscape"はあまり用いられている用語ではないことが確認できる (特に近年キーワード検索ボリュームが増加して、注目を浴びている様子もうかがえない)。

※ Google で検索してみた "ip landscape"22,800 件と"patent landscape"123,000 件

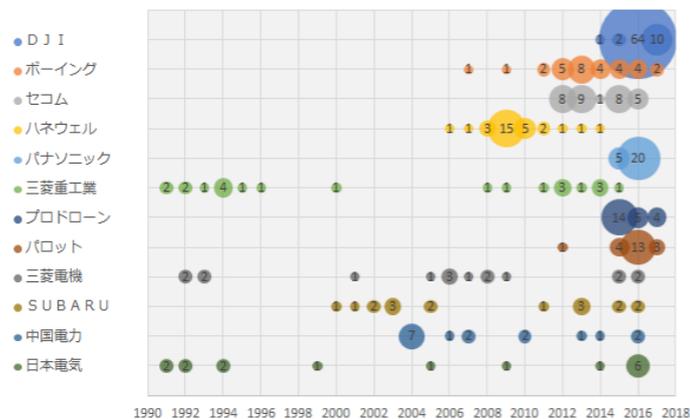
パテントマップ (特許マップ) とは

<http://e-patentsearch.net/patent-landscape/what-patent-map/>

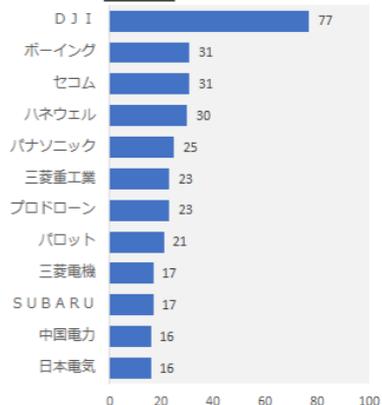
特許マップとは



特許情報から分かる
5W2H
誰が? いつ? 何を?



累積件数



Amazon より「IP ランドスケープ」が入った書籍を検索



I P ランドスケープ経営戦略 (日本経済新聞出版)
渋谷高弘、I P L 経営戦略研究会
★★★★☆ ~ 12
Kindle版 (電子書籍)
¥2,404
Amazon ポイント: 44pt (2%)
単行本 (ソフトカバー)
¥2,530
SUUMO住宅情報誌と対象の本の同時購入で合計金額から最大370円OFF
Amazon ポイント: 76pt (3%)
prime
一時的に在庫切れ; 入荷時期は未定です。
こちらからもご購入いただけます
¥1,539 (8点の中古品と新品)



I P ランドスケープの実践事例集 第二版
執筆者: 30名、編集: 技術情報協会 | 2019/1/1
★★★★☆ ~ 1
大型本
現在在庫切れです。



IPジャーナル3号
知的財産研究教育財団 | 2017/12/15
雑誌
¥2,037
Amazon ポイント: 61pt (3%)
prime 2020/5/6 水曜日に無料配送
残り1点 (入荷予定あり)
こちらからもご購入いただけます
¥1,389 (3点の中古品と新品)



I P ランドスケープの実践事例集
執筆者: 30名、編集: 技術情報協会 | 2019/1/1
★★★★☆ ~ 1
大型本
現在在庫切れです。

1冊目の「IP ランドスケープ経営戦略」の amazon 書評で、一番役に立ったとの評価を得たものの一部を以下に引用しました。

5つ星のうち3.0 待望のIP ランドスケープ書籍

2019年4月9日にレビュー

本書で扱われている「IP ランドスケープ」という概念は、簡単に言うと、知財（中心は特許）データを経営戦略、事業戦略に生かす、というもので、従来から考えられ、実践されてきたものです。そのため、知財の業界にいる人からすれば、新しい話ではないと思います。しかし、実践されてきたと言っても、これまで、一部の企業の一部の事業に対してだったのだと思いますので、このような本が広まることで、より多くの企業で「IP ランドスケープ」が実践されるとすれば、素晴らしいことだと思います。そういう意味で、本書は非常に意義深いでしょう。

内容ですが、前半の総論部分はとても惹きつけられる内容で、知財が経営に与える影響をわかりやすくまとめています。既に知っている話でも、このように話すと、知財の専門家でない人へ、知財の重要性を伝えられるんだなと勉強になります。一方、後半の各論（事例）部分は、事例ごとで差はあれど、全体的に残念な印象でした。本書のまえがきで、「単なるパテントマップ（特許情報を可視化したもの）とは異なる」と唱っていますが、事例に出てくるほぼすべてが、まさにパテントマップそのものでした。（以下略）