

■ 講演要旨

第2部 パネルディスカッション

ESG時代の企業価値向上における 知財情報活用の現状と課題 —コーポレートガバナンス・コード改訂を踏まえて—

<モデレーター>

野崎 篤志

株式会社イーパテント 代表取締役社長／知財情報コンサルタント
K.I.T.虎ノ門大学院 客員准教授

<パネリスト>

永井 歩

アスタミューゼ株式会社 代表取締役社長

中村 達生

VALUENEX株式会社 代表取締役CEO

仁科 雅弘

特許庁 総務部 企画調査課長

第二部 パネルディスカッション

ESG 時代の企業価値向上における知財情報活用の現状と課題

—コーポレートガバナンス・コード改訂を踏まえて—

モダレーター

野崎 篤志

株式会社イーパテント 代表取締役社長／
知財情報コンサルタント
K.I.T.虎ノ門大学院 客員准教授

パネリスト

永井 歩

アスタミューゼ株式会社 代表取締役社長

中村 達生

VALUENEX 株式会社 代表取締役 CEO

仁科 雅弘

特許庁 総務部 企画調査課長



野崎 篤志



永井 歩



中村 達生



仁科 雅弘

■モダレーターによる発語

野崎：ご紹介いただきました株式会社イーパテントの野崎です。それでは、これよりパネルディスカッション「ESG 時代の企業価値向上における知財情報活用の現状と課題—コーポレートガバナンス・コード改訂を踏まえて—」というタイトルで、このセッションを進めてまいりたいと思います。

キーワードの1つとして、昨年6月に改訂された「コーポレートガバナンス・コード」に、「知的財産への投資」という文言が含まれました。無形資産を含めた知財を、積極的に活用した企業経営が求められています。同時に、自社の知財などの無形資産を可視化していくというときに、特許情報をはじめとした知財情報が非常に有効であり、その活用がより積極的に進んでいくことが考えられます。

このディスカッションを通じて、パネリストの方から、特許情報を活用するにあたっての特許情報の分析手法の詳細についてもご紹介いただきたいと考えております。分析するときは、分析の目的と、どのような方法で分析をしたのか、そのアウトプットをどのように解釈すればいいのか、それをどのように企業経営に活用すればいいのか、その課題や現状といったところを皆さんとともにディスカッションしていきたいと思います。また、皆さんからも質問を、オンラインで受け付けております。可能な限り拾っていきたいと思いますので、ぜひご質問をいただければと思います。

最初に、私から本ディスカッションの趣旨説明をさせていただきます。その後、永井さま、中村さま、仁科さまの順番でご発表いただき、パネルディスカッションをさせていただきたいと思います。

私から簡単に本パネルディスカッションの背景について、ご説明をさせていただきたいと思います。まず、昨今、VUCA といわれるよう、世の中の不確実性が非常に高まっております。今まででは、 $y = ax + b$ のような形で、高度成長期みたいな形でどんどん成長していくという時代から、様々なファクターが複雑に絡み合ってくる時代に移り変わっています。簡単に言うと、システムシンキングや、重回帰分析のような形で様々なファクターを考えた上で、意思決定をしていかなければいけないと考えております。

その意思決定をするにあたっては、多くの情報が必要となります。特に、特許の情報、知財情報を活用するに当たって、どのようなスキル・知識が必要なのかを考えますと、知的財産の法制度や特許の知識、J-PlatPat をはじめとするデータベースなどのツールの知識、どのように検索・分析をするのかという手法など、コアなスキルと知識が必要になります。

しかし、戦略、組織体制、社風、風土などの成果物を、実際に共有・活用していく、それをうまく見せていく、プレゼンしていく情報デザインのスキル・知識が、昨今、よりいっそう求められていると思います。

一方で、情報分析に関しては、注意すべきポイントがあると思っています。特に組織において、情報分析を活用して、それを経営に生かしていくときに、情報分析を1人で実現できる方は非常に少ないと思います。

いわゆる機械学習等のデータサイエンティストに求められるスキルセットは、ビジネス力、データサイエンス力、データエンジニア力の3つになります。実際の特許の検索・調査・分析は、データのサイエンス力や、データのエンジニア力がありますが、今後のESG時代において、企業価値を高める、ないしはコーポレントガバナンス・コードを受けて、経営層や投資家向けに自社の知財・無形資産の価値をより知ってもらうというときに必要なのは、このビジネス力になると思います。

このビジネス力を知財部員の方、知財部門の方が全て1人で貢献するのは難しいと思うので、それぞれの得意な方がコラボレーションして、チームを組んでやっていくことが必要になると思います。午前中のセッションをご覧になった方は、ニデックさんが取り組まれているような、知財部員の方とほかの部門の方とコラボレーションしながら、自社の経営に資するような活動をしていることをご記憶されている方もいるかと思います。

もう1つ、情報という観点で必要なのが、どのような情報の人材のタイプがいるかという点です。どうしても情報分析という観点でいうと、情報分析、つまり情報を生産する人、インテリジェンスを生産する人に注目が集まりがちですが、生産した分析結果を解釈・消費する方がいます。企業であれば、経営陣や部門長等が該当します。外部であれば投資家の方が情報の消費者になります。また、自分たちですべて内製できるわけではないと思いますので、アウトソーシングするときは、発注者という人材も必要になります。

生産者の分析に対して、発注者は、その分析がいいのか悪いのかという目利きが必要になってきます。消費者は、分析結果から何を読み取るかという見極めの力が必要になってきます。それに加えて、先ほど申し上げた単回帰的な分析的な思考から、システムシンキング等の重回帰的な分析が求められるかと思います。

1つ、例を挙げてご説明をしたいと思います。特許の価値評価というときに引用・被引用というものを使うと思います。引用・被引用は、被引用回数が多いときは、重要特許といわれることが多いのですが、業界・業種、製品サービスによって特許出願の構造や特性は異なるので、必ずしも重要ではないわけですね。たとえば、日本でもグローバルニッヒトップの企業として名高い根本特殊化学さん、世界シェアナンバーワンの分析の例をお示ししたいと思います。

根本特殊化学さんの特許における、被引用回数を見てみると、平均被引用回数も低く、最大の被引用回数も低いです。もちろん特許が競争優位の源泉ではないと言うつもりはまったくないですけれども、特許以外にも知的財産、無形資産、

ノウハウ、営業秘密、お客様とのネットワークなど、様々な種類があります。つまり、特許の情報のみで分析するのではなく、業界・業種の特性、知財の特性、出願構造の特性等々も踏まえ、しっかりと分析の方法を取捨選択した上で、その結果を解釈することが非常に重要なと思います。

知財というと、どうしても特許にフォーカスを当てがちですが、このパネルディスカッションでは、特許情報をベースにしながら、特許以外のマーケット情報やビジネス情報等も交えながら、どのような形で活用できるのか、どのような分析の仕方があるのか、どのように未来予測ができるのか、という話で進めていこうと思います。

このあとのパネルディスカッションはこの3テーマでいこうと思います。よろしくお願ひします。

■パネリストによるプレゼンテーション

永井：アスタミューゼ、永井と申します。では私から会社の紹介を簡単にさせていただければと思います。私たちの会社の具体的なサービスを3つ紹介させていただければと思います。1つ目が「マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティの向上」、2つ目が「無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援」、3つ目が「企業価値・サステナビリティ向上に繋がる知的財産を活用した事業開発」こちら3つをご紹介できればと思います。

私たちの会社は、創業18年目で、創業時から、「無形資産を可視化する」ということをずっと謳っております。私たちの特徴は、データやアルゴリズムを使ってやっていこうということです。企業理念にしている「人類の実現力を高める」には、知恵の流通・民主化・活用をするためには可視化する必要があると感じております。

私たちは、特許という情報に対して、たくさんのメタ情報が付いている点、つまり、いろんな情報をつなげることができる点に着目しております。そのため、かなり早いタイミングから論文や判例だけではなく、さまざまな情報を組み合わせて、その中に特許を置くような形を取っておりました。現在は、193カ国、39言語の項目をデータベースにしているという会社です。

例えば、時間軸、時系列、種類で分けてみると、ビジネス、テクノロジーからサイエンスまでがどういう時間軸で投資されている情報なのか、中長期のテーマであれば、大学の研究情報のウェイトを増やす、短期であればクラウドファンディングにする、10年であればファンドビジネスやベンチャー投資を見に行く等、特許以外の部分でも活用しています。

結果として、未来予測、新規事業、R&DとかM&Aをお手伝いしており、さまざまな業界でやらせていただいている中で、非常にマクロなご相談と非常にミクロなご相談、そして投資家からのご相談が増加しています。

マクロなところでいうと、やはり不確実な世の中になっていますので、未来の話やマクロな話のニーズが高まっていると感じています。ミクロなところでいうと、私たちが、経営戦略自体をアドバイスするよりも、そのための素材のような部分として、自社の技術・ブランドの状況を、1つずつ企業として認識しながら進めていく、ということが起きています。

近年、このようなスコア自体が、非財務情報と呼ばれています。コーポレントガバナンス・コード、GRIの対応をするために、可視化する必要があり、私たちにご相談いただいているという状況です。CGIなどの非財務情報が盛り上がる前から、私たちはこの活動を取り組んでいたのですが、非財務やESGといわれることになってから、より多くの投資家にも使っていただけております。

結果として、ここ数年、投資家からの引き合いが伸びてしまっていて、むしろ投資家のほうが事業会社よりも、その事業について分析していたりするというような逆転現象が起きています。その究極的なものの姿としてアクティビストといわれているような方が、経営者に対してもっとこうすべきだという株主提案をしていました。議決権行使会社が、この会社はこれをしたほうがいい等のアドバイスをすることがあります。その裏側には弊社のデータを活用いただいているという状況です。

投資家が、データをどのように使っているかが公開されていない中で、唯一、GPIFさんが「ESG活動報告」というものを発表しており、この中で、弊社のデータを使っていただけております。その中では、具体的に炭素がどこで排出されていて、どれだけのテクノロジーを使って削減されて、どの業界が儲かって、どの業界が儲からなくなっていくのかということ、「2050年カーボンニュートラル」を目指して、段階的にどのように時系列で変化していくのかどうかということを分析しております。こういったものの中でも、特許情報はものすごく使える情報であり、世界の投資情報や、様々な動向を組み合わせて、分析をしております。

今日のテーマもあります、ESGやSDGsというような言葉は、サステナビリティに置き換えられると思います。持続性を上げるということが経営のテーマの中で、持続的な市場はどこか、持続的な競争優位性の源泉はなにかを意識されないと、ただの知的財産の開示になってしまったり、SDGsに取り組むこと自体が目的化してしまうので、サステナビリティをキーワードとして考えていただくことが、大事だと思っています。

サステナブルなものを見抜く方法として、マテリアリティが高いとかマテリアルな課題を、定量評価するというプロダクトを持っています。人口・経済・環境など、自社の中でサステナブルな競争優位性はなにかを評価し、演繹的なアプローチ、回帰的なアプローチ、つまり、競争戦略のような話やケイパビリティの話として評価していく、それらを投資家に

開示したり、企業価値につながるような、コーポレートアクションにつながるような分析をしております。

このゴールがCGC対応で終わる会社も多く、コンプライアブル・エクスプレインかではなく、どの投資家にどうやって伝えるかまで設計しなければ、ブームのように終わってしまうことを懸念しております。そういう意味では、どの投資家がどこを見ているのかをお伝えすることにより、単なる開示することが目的ではなく、対話することまで意識していただくということを考えております。

私たちの出しているスコア自体は、非常にパフォーマンスが高いという評価をいただいており、それは、知的財産の活動が、大きな企業価値にひも付いていることを意味しています。ひも付けがほとんど評価されていないため、PBRが低いという状況かと思います。

実際、どんな事業を立ち上げればどういうようなポートフォリオになるのか、どういう事業であれば、具体的にSDGsやESGに資するような事業開発ができるかを、データ分析を使いながら支援しております。

野崎：どうもありがとうございました。それでは、続きましてVALUENEXの中村さん、よろしくお願ひいたします。

中村：ありがとうございます。はじめにVALUENEXとは何か、次に、ホワイトスペースの重要性、そして、これから世の中は指数関数的变化で物事が動いていくこと、最後に、ホワイトスペースなど、隠れた秘宝の探し方を話し、結論を結びたいと思います。

近年、日米間の差がどんどん広がっていることをとても実感しております。弊社のお客さまは、今まで日本の大企業が非常に多かったですが、最近は少しずつ海外の会社も増えてきているという状況でございます。メーカーだけではなく、サービス会社、金融系の会社も増えてきているとお考えください。

本日は、ホワイトスペースおよびそれにつながるエコーチェンバーとフィルターバブルという考え方を紹介します。情報分析など、様々な情報を突き合わせるときに、この2つの言葉は対になってよく出てきます。我々は常に様々な情報に取り囲まれていますが、実は全ての情報にアクセスできているわけではなく、自分にとって都合がいい、自分が知りたい情報の中に閉じ込められていると考えられています。これがフィルターバブルという概念です。

SNSでは、自分と同じような考え方を持っている人がどんどん周りに集まり、自分の知っている情報ばかりになってきます。また、自分が発信すると、それをほかの人が発信し、エコーが起きているように行ったり来たりしています。それが全ての世界ではないにもかかわらず、一部の情報しか受け取れない状態になります。例えば、アメリカの共和党と民主党というそれぞれのグループが、大きく異なる意見を持

つ原因は、お互いに見ている情報がまったく異なり、共通した情報を見ていないことが根本原因と言われています。これは非常に残念な結果を生みやすいという状況です。

現在、世の中には約45テタバイトの情報がインターネット上にあるにもかかわらず、自分たちがアクセスできている、あるいは見れている情報というのはほんの一部、しかも自分の知っている情報しか出て来ない、というような状況に閉じ込められています。まずはこの現状を知る必要があります。

ダークデータといわれるバブルの外側にある情報や、統計の俎上に乗ってこない情報が存在することを知った上で、その統計値を読む必要があります。特許情報に例えると、引用・被引用という指標は有用ですが、引用はされないけれども、素晴らしい技術や情報もあり、そもそも特許になっていない情報もあります。素晴らしいが、外には公開しないという意味で秘匿している情報もダークデータの1つです。

そのため、特許情報の数だけ数えても、全体像を示さないことになってしまいます。このダークデータが、比率として非常に増えてきているということを認識する必要があるかと思います。

そして、ホワイトスペースは、3つのタイプに分けられます。1つ目はニッチエリア、つまり、今までよく知られている既存のエリアの間にある、誰も気が付かなかったエリアです。将来の有望なエリアになると考えられています。2つ目は、秘匿している領域。3つ目は、実現不可能な領域です。当然、ニッチエリアを見つけるのが一番重要です。

VALUENEXでよく使っている俯瞰図では、1つ1つのドキュメントを内容の近さによってプロッティングしていく、ヒートマップ上に密度を表します。これを実行すると、ホワイトスペースになっているところが何ヵ所か出てきます。

例えば、プラットフォーマーとして君臨しているGAFAにも、ホワイトスペースはあります。2018年の時点なので、今はもう埋まっている可能性がありますが、彼らの特許俯瞰図をつくると、音に関する領域が薄いことがわかります。ここでいう音とは、スピーカー等ではなく、音を使って人の心をコントロールしたり、医療用の技術を示します。

一方、日本にはそのような技術を持っている会社が幾つか存在し、そのプラットフォーマーとして君臨する可能性があることを、当時申し上げました。そうすると、現在そのスペースが埋まり始めているということが見えてきております。このように、ホワイトスペースをうまく使うと、自分たちが小さい会社だとしても、優位にたてる可能性があります。

自分たちの領域をどこまで広げるかを考えてみましょう。例えば、自分たちがあるサービスを使っており、それがどういう機能でできているか、その機能を表すためのテクノロジーAがあります。さらに、テクノロジーAを実現していくための現象があります。この現象は、物理法則に則っているも

のなので、ほかの領域でも機能しており、ほかのサービスができているとします。

深掘りをすることによって、自分たちの到達範囲が広がり、新しいサービスをつくることができるのではないかというヒントになります。自分たちの技術範囲、あるいは自分たちの事業範囲を限定せずに、材料、方法、機能や目的をつき合わせていくと、実はかなり幅広く、関連性が見つけられるはずです。

今までの概念を1回捨て、ものを広く、素直に見ることによって遠いところまで見ることができる。これが俯瞰解析の真髄です。

新規事業創出やイノベーションを創るには(どうすれば良いのか?)、という話をよく依頼されますが、これらはロケット公式に当てはめることができます。ロケット公式というのは一定の速度を持たせないと、また重力で地球に落ちてしまうというものです。同じ原理で、いかに見極めをして1つのアイデアに集中させるかを徹底することが重要だと考えています。それは、きちんと俯瞰をして、見極め力を付けることだと思います。

また、エクスボネンシャルカーブ、指数関数カーブは、非常に重要なワードになると思います。1960年代のムーアの法則に当てはめると、18カ月で半導体の集積密度は2倍になるといわれており、それに伴ってコンピュータの速度、容量がどんどん上がっていくということがずっと続いていました。その変曲点、つまり、そこから加速し始めるのは2020年といわれていました。よって、2020年以降というのは過去の延長上でものを考えるべきではなく、ますます変化が激しくなります。

例えば、電気自動車の普及速度では、2019年の時点で、全世界で販売されている自動車のうち、電気自動車の占める割合は約2.6%しかありませんでした。しかし、指数関数カーブに則っているとおり、2025年を過ぎると50%を超える勢いが予想されています。

自分の会社はある自動車部品で3兆円の売り上げがあるから問題ないという考え方や、インフラが整わないため、10%ぐらいしか売り上げはいかないだろうという考え方、成り立たない世界になってきます。

それから、もう1つよくお客様から言わることとして、スタートアップを探したいという要望があります。例えば、水の使用量を大幅に削減することができるという名目で、環境に取り組んでいるスタートアップの会社を想定し、周辺技術の俯瞰図を見てみます。この会社は、昆虫のタンパク質を使ってペットフードを作っているスタートアップの会社です。

しかし、この会社が持っている技術を真ん中に置いて、周辺を見ると、類似の技術はあるものの、彼らがやっているような昆虫食のペットフードの技術はまったくなく、きれいなホワイトスペースになります。よって、投資家目線で見る

と、チャンスがあるかもしれないということが、簡単に判断ができます。

本日、ご覧いただいている方には、特許分析を実務として行う方もいらっしゃると思います。たいていの場合、データをどのように集めればよいのか、どのように処理すればよいのかという話から、出てきたグラフをどのように読めばいいのかという話までさまざまだと思いますが、1人の人がデータサイエンティストとして最後まで結論出すのは、稀なケースです。どのように作業分担するかという話だとすると、最初の部分というのはわりと作業です。データを集め、知っているキーワードで当てはめ、そして、構図を作る。

最後に事業部門や研究開発の方々が考察をし、ストーリーを作る必要があります。そして、この引き渡しのときに、共通言語、それはつまり可視化だと思います。その可視化したものを見て、お互いがコミュニケーションを取れるようにすることが、特許分析を成功にする原因ではないかなと思っています。

現在は、指指数関数的な変化の時代に突入しており、過去の延長だけで未来予測はできません。そして、本来あるべきダークデータや未踏のホワイトスペースを俯瞰する必要があります。それから、データの背後にあるストーリーを読み解き、ビジネスにつなげることが、最初のゴールだと思います。気付きの創出、合意形成の時間短縮、再現性の向上、そして、予期せぬ変化への復元力。この獲得が非常に重要だと考えております。ご聴聽ありがとうございます。

野崎：ありがとうございました。GAFAのお話に関連しますが、最近だとMicrosoftがNuance Communicationsを買収して、ボイステックの分野にも積極的に進出しています。中村様の分析結果をアップデートしたらどうなるのかが気になるところです。それでは、最後に、特許庁の仁科様より発表をお願いしたいと思います。よろしくお願ひします。

仁科：ご紹介ありがとうございました。特許庁企画調査課長の仁科でございます。特許庁は知財情報のプロフェッショナルの皆さんに、特許情報の生データをご提供しているという立場でございます。その生データをご提供する立場であると同時に、技術動向調査のような形で、特許庁におきましても知財情報を活用させていただいているところでございます。

私からは、先ほどご紹介がありました永井様や中村様のように、高度な分析をするというよりかは、よりファンダメンタルな知財情報の活用という観点から、皆さんにご覧いただいている年次報告書や、出願動向調査、IPランドスケープにつきまして紹介をさせていただきたいと思います。

知財情報の中で一番ファンダメンタルな情報として、年次報告書から抜粋してきたグラフをご覧ください。左から特許出願の件数、PCT国際出願の件数、審査請求の件数でございます。一番左の特許出願の件数のグラフをご覧いただい

て、数字が減少していることはご確認いただけます。しかし、このグラフだけで読み取れる情報は、それだけしかないと思います。

そして、一番左側の特許出願の件数が減っているグラフと合わせて、中央のPCT出願が増えているグラフをご覧いただくと、国内の出願が減っている理由は、企業の皆さまが国際出願を増やしているからということが考えられます。同じバジェットの中で出願をする場合、国内の出願を減らさざるを得ないのではないかという推測ができるかと思います。

また、一番右側の審査請求件数の推移をご覧いただきますと、出願件数の減少に比べて、かなり減少は少なくなっていますので、この2つの情報を照らし合わせれば、出願の厳選が行われている可能性があることも読み解いていただけるかと思います。こういった形で、1次の情報から読み解くにあたりましても、複数の情報を照らし合わせないと分析ができないかなと思っております。

スライド1では、1次元の情報に基づいた分析の仕方を今簡単に紹介しましたけれども、これは何も1次元ではなく2次元でも実施可能です。特許庁の技術動向調査の中で、マクロ調査という国単位での調査も行っており、これは2次元で分析した結果でございます。横軸が購買力平価を考慮した1人当たりのGDP、縦軸が公開特許の件数ですが、こちらは特許出願件数とお考えいただいてもいいかと思います。

日本は上方のピンク色のところに位置しています。そして、アメリカ、ドイツ、昨今イノベーションが盛んだといわれているイスラエルなどの主要な国は青い点線の付近にあります。この青い点線から見て、上にあると出願をし過ぎだとか、下にあると出願が足りないなどの評価は必ずしもできないと思いますし、産業構造の違いを考慮しながらこういった図を見ていく必要があると思いますが、日本の出願している数が相対的に多いことが読み取れるかと思います。

先ほど、1つ前のスライドで出願は減っているということを申し上げましたけれども、こういった情報と照らし合わせると、もしかするともう一段、出願が減る可能性があることも分析できると思っております。

これまで国単位のマクロな情報ということを紹介しましたが、こちらが特許出願技術動向調査、略して技動という、技術テーマ別の調査でございます。この技動は、注目の高い技術テーマを対象としまして、特許庁の審査官が行う審査の基礎資料として、あるいは企業や大学、研究機関の皆さまが、研究開発戦略を策定するための基礎資料として提供させていただいているものでございます。

技術テーマ別の調査については、特許出願に関する技術動向調査ですから、当然その特許出願の動向調査を行います。また、最新の技術について調査を行う場合には、検索のインデックスが用意されていない場合もございますので、その場合には人手によって技術的な分類を行っております。さらにこういった分析を行う場合、知財の情報だけ見ても仕方

ないということがございまして、他の公開情報も併せて調査を行うというのが、この技術動向調査の特徴でございます。例えば、電力変換器であるパワーコンディショナの技術動向調査を行った場合、ある時期に急に出願の件数が増えていました、という状況があったとします。これを見て何か技術的ブレイクスルーがあったのかと思うと、実はそうではなく、単にフィード・イン・タリフの政策が変わり、技術の開発に反映したということも当然あるわけでございまして、市場の環境調査や政策動向調査、あるいは論文などの調査も併せてさせていただきながら、これらの情報を有識者の皆さんに総合的に判断いただいて、日本の強みや開発の方向性などを提言させていただくという調査を行っております。

この技術動向調査でございますが、平成 11 年以降、約 280 テーマにつきまして調査をさせていただいておりまして、令和 3 年度はコロナに関連するようなテーマを幾つか実施させていただいております。間もなく調査報告書ができますので、年度明け早々には皆さんにご覧いただける状況になるかと思います。

また、来年度の調査につきましても、本日のテーマである ESG にも関係しますが、カーボンニュートラルに向けた水素・アンモニア技術や 5G に関する技術につきまして、調査をさせていただく予定でございます。

今日のテーマは知財情報となっておりますので、特許情報以外にも特許庁はやっていますよというご紹介でございますが、意匠に関する出願動向調査や商標に関する出願動向調査も特許庁でさせていただいております。

今日のテーマであります ESG の E に関連するマクロ調査というものを特許庁もやらせていただいておりまして、環境分野のマクロ調査を平成 26 年に実施させていただいております。技術分類ごとに、どういった検索式で検索をし、分析をしたのかということを明示することで、特許庁の技術動向調査は可能な限り皆さんに後追いができるような形で、生の検索式の情報もご提供させていただいております。

この平成 26 年の国別の環境関連の技術について分析をしますと、日本のシェアがかなり多いことが、このときは分析できております。しかし、平成 26 年から 7 年もたっており、環境関連の技術は大幅に変化しております。例えば、CO₂ の固定化技術については、この平成 26 年の中で十分調べられていなかったというところもございます。そういうこともございまして、この環境分野におけるマクロ調査において、新しく技術分類を見直し、その技術分類に対応した検索式も新しくつくり、来年度に調査を行う予定でございます。

技術区分表につきましては、年度明け早いうちに、皆さんにご提供させていただきまして、環境に関する情報開示に当たって特許情報を使う場合の皆さんの共通資産にしていただこうかなと考えております。

日本の特許庁だけではなく、WIPO、国連の機関も、特許情報を用いた分析をしておられます。2018 年の WIPO の環境親和技術についての分析の結果をご覧ください。こちらも冒頭で説明した生データに近いものですが、左側がパテントファミリーの件数をカウントしたものでございます。パテントファミリーというのは、どこかの国に出願があった場合に、その出願を基礎にして複数の国に出願する場合についても、まとめて 1 件としてカウントするものでございます。逆に言うと、国内にしか出願していない出願も 1 件としてカウントされるというのが特徴でございます。右側が PCT 出願、国際出願の状況について分析したものでございまして、ランキングの 1 位は双方とも日本ですが、ランキング 2 位以降が、大きく順番が異なっているというところがご覧いただけるかと思います。このような 1 次情報を見ても、分析の仕方によってまったくランキングが変わってくるというところはご確認いただけるかと思います。

次に、2 カ国以上で出願された環境親和技術に関するパテントファミリーの件数を見たものをご覧ください。2 カ国以上でパテントファミリーを見ると、経年変化のデータでございますけれども、日本がずっと 1 位を維持しているというところはご覧いただけるかと思います。2018 年の調査結果であり、若干古いため、今はどうなっているかを、先ほどご紹介した新たに作ろうとしている技術分類表に基づきまして分析をさせていただき、今ご紹介したような WIPO の分析のようなものも含めて皆さんにご提示できないかというところを考えているところでございます。

IP ランドスケープでございますが、これまで前のスライドで特許情報、見る方法、分析する方法といったものをお紹介させていただきましたが、特許情報は、あくまでツールなので、作って終わりということはないです。これをどのように経営に生かしていくか、どのように企業の意思決定に活用していくかがみそになります。その重要なツールとして、皆さんが認識しているものが、IP ランドスケープかと思います。経営や事業の情報に知財情報を取り込んだ分析をし、それに基づいて経営者の方が意思決定を行っていただくために使われるもの、というふうにご理解いただければと思います。

企業の皆さまは、必ず、ミッション、ビジョン、バリューをお持ちで、それに関連した価値創造メカニズムをお持ちでいらっしゃるかと思います。

知財・無形資産というのは、インプット、プロセス、アウトプットの辺りに横たわっていると思います。ここを可視化するためのツールとして、特許情報があると思っております。特許情報の分析を行う場合に重要なことは、特許情報自体の分析をするよりかは、この価値創造メカニズムの中で、知財・無形資産がどういう位置付けにあるか、また、最近の ESG の高まりに伴い、社会的価値を意識した場合、知財・

無形資産がどういった位置付けにあるのかを見せなければならないところが非常に難しいと思っております。

また、コーポレートガバナンス・コードも改訂されて、知財に関する投資の状況等を開示しなければいけないということもございますので、単に見える化するだけではなく、見せる化することも企業の皆さんには求められているのかなと考えております。

ただ、こういったIPランドスケープ、どれほどできているのかという調査を行いました結果、IPランドスケープという言葉をご存じの方は8割いらっしゃるにもかかわらず、理解されている方は3割であり、十分にできている方は1割しかいらっしゃいません。先ほどの皆さんからのプレゼンテーションで、知財の情報は重要で、投資してもわかるという形でご紹介いただいているにもかかわらず、実際にそういった分析ができている方が、ほとんどいらっしゃらないという状況です。これは特許庁としてなんとかしたいという思いがございまして、来年度、この企業経営にIPランドスケープをどう組み込んでいけばいいのか、という調査研究を行おうかなと考えてございます。

IPランドスケープの重要性についてご認識をいただいて、そのような取組をしたいなと思いつつも、十分に取り組めていないなという企業の皆さんに、この調査研究にアプライをしていただき、特許庁からお手伝いをさせていただけないかなと考えてございます。

しかし、国が実施する調査研究のため、個別の会社を単に支援するだけで終わりというわけにはいきません。支援した結果、経営者の方にどういった気付きがあったのか、どういったプロセスを踏むことによって知財部門の方とほかの事業部門の方が連携を取れたのか、あるいはその知財情報をどうやって活用していったのかというところを、公開していくことを前提に、アプライをしていただきたいと思っております。その結果につきましては、また皆さんに報告書という形でご提供させていただきたいというふうに思っております。

私のプレゼンの最後に特許庁の施策のご紹介と宣伝をさせていただきました。調査研究については、4月頃に参加企業の募集を行わせていただきますので、是非アプライしていただければと思います。

以上になります。ありがとうございました。

■ディスカッション

野崎：ありがとうございました。それでは、パネルディスカッションに入っていきたいと思います。適宜このパネルディスカッション中にウェブでご質問いただいた内容について取り上げていこうと思います。パネルディスカッションのテーマは3点ご用意しています。1つ目が、特許情報もone of themであり情報は多様であるという点。2つ目は、特許情

報に限らず情報を使って未来予測ができるのかという点。3つ目は、取締役や投資家に対する、コミュニケーションとしての特許情報という3点について、ディスカッションしていきたいと思います。

最初に、特許情報、情報の多様性という観点で、仁科さんに伺います。技術動向調査では、様々な政策の情報や学術文献の情報を分析されていると思いますが、この分析では、特許の情報がメインで、サブ的に特許以外の情報を使っていることが多いのでしょうか。

もう1つ伺いたいのが、技術動向調査の特徴として設置している委員会についてです。委員会の方々は、専門家の意見という特許以外の情報、いわゆる多様性かと思います。その有用性をご説明いただければと思います。

仁科：特許庁の行っている技術動向調査は、基本的には特許情報に基づいて分析をさせていただいておりますので、何がメインかと言われれば特許情報になります。先ほどパワーポイントディショナの例でご紹介もさせていただきましたが、特許情報だけを見ていて件数の動向が変わったときに、なぜ変わったのかについて検証するためには、技術の動向だけでは足りないことがあります。そういう場合には、その裏付けになる情報として、市場に何か動きがあるか、政策に何か動きがあるかというところについても併せて見ざるを得ません。特許情報を分析する上で、欠くことができない情報だと考えております。

有識者の方を設置している理由でございますが、特許情報は、最新でも1年半前の情報を見ており、これから先、何が起きそうか、現在、そして1年半の間に何が起きているのかというところについては、有識者の方のご知見をいただきながら考えていくことが必要です。過去に起きた事象につきましても、各有識者の皆さん方が、何が起きていた、何が結果で何が原因だったというところも、情報をお持ちでいらっしゃいますので、といった情報を総合しながら特許情報を分析するためのツールとして活用させていただいたというものでございます。

野崎：ありがとうございます。もう1つ、仁科さんは内閣府の知的財産戦略事務局時代に経営デザインシート策定等にも従事されていると思います。経営デザインシートは、いわゆる知財を見える化するものだと思います。特許情報以外のいろいろな情報を盛り込んだ上で企業価値を高めていくことにおいて、経営デザインシートは今後、どのような形で普及をしていて、どのような形で使っていっていただきたいか、そこにどのように情報を盛り込んでいくかという観点で、何かご意見いただけますか。

仁科：経営デザインシートはある意味、知財情報だけに偏った知財経営の反省も踏まえて作ったところもあると思ってお

ります。経営デザインシート自体は、非常に皆さまにご活用いただいておりまして、学会でも、経営デザインシートに関する分科会を設置していただいておりますし、民間の事業者の皆さまの間にもご活用いただいているということで、ありがたいと思っております。

10番目のスライドに、経営デザインシートの基本的な骨格を表しております、インプット、プロセス、アウトプット、アウトカムを経営デザインシートは考慮しております。この中において、知財というのは、この価値創造メカニズムの中の一部ということを、まず意識していただくことが非常に重要だと思っております。その価値創造メカニズムの中には、知財が果たす役割というものを意識していかないと、サステナブルな経営等はできないということで経営デザインシートは提示をさせていただいております。

どちらかというとこれまでの知財情報の分析は、知財を主体に考え、今ある知財をどのように活かすかというやり方が多かったかと思います。経営デザインシートは、アウトプット、アウトカム、何をしたいかからを起点にして知財情報を使うという意識を高めていきたいという思いで作ったというところがございます。

野崎：ありがとうございます。最後のアウトカムが重要ですね。アウトプットからアウトカムで、社会的に、様々な価値を実装する、価値を高めていくところが重要なのかなと思いました。

次に永井さんに伺います。永井さんの会社は、特許以外の様々な情報について、イノベーションデータベースという形で収集されていると思います。特許の情報は、非常に構造化されているきれいなデータだと思いますが、特許以外の情報も含めてデータベース化して活用するときのポイントや困難な点があれば教えていただけますか。

永井：ありがとうございます。まず構造化やクレンジングするところに関しては、本当にお金がたくさん掛かります。アルゴリズムがあっても、実際にクラウドサーバーで回すにまた数千万掛かることがあります。そのため、アルゴリズムの開発費用と同じぐらいのサーバー費用も掛かり、仮にロジックを作つて、世界の特許情報、論文情報、投資情報に全て適用しながら計算する場合は、軽く試算するだけであつという間に1,000万円以上掛かってしまう事もあります。価値があればとても理論的、理想的な計算もできる一方で、莫大なお金が掛かるという点があります。しかし、クラウドサーバーの費用は毎年下がっているので、10年前ではお金が掛かり過ぎてできなかった計算が、最近はできております。

ポイントは、メタ情報自体の意味をきちんと理解することです。例えば、判例に掲載しているこの情報、特許に記載している情報、ベンチャー投資のデータベースにあるこの情報は、同じ意味である、ということをつなげる必要がありま

す。そこを機械学習等でやると逆に手間がかかりすぎる事があるため、ある程度、情報と情報をつなげる部分は、かなり専門的な知識からつなげていくほうがコストは低いと思います。

野崎：最後の部分は、どうしても人手でやらざるを得ないところもまだあるということですか。
また、メタ情報というのは、例えば特許の情報でいう出願人、権利者の場合、文献でいう執筆期間のような情報が、それぞれ、こここのフィールドは同じであることを、ひも付けていくことですね。

永井：はい、その通りです。

野崎：ありがとうございます。

では次に、中村さんに、特許と情報について伺います。先ほどGAFAのボイステックのお話の中で、ホワイトスペースが空いているというお話をいただきました。特許の情報のみで分かることも、もちろんたくさんあると思いますが、特許の情報と論文の情報などの、ほかの情報を組み合わせることで、よりこんなことが分かるといった、事例やインサイトを教えていただければと思います。

中村：前提として、研究開発部は技術情報、法務部は判例情報、知財部はパテント、そして製品企画部はニュースリリースを見ています。このように、情報は各職種やミッションにひも付いていると思います。これらをアナリティクスで融合することによって、ファイナンスの人たちが技術を見てもよいのではないか、技術の人たちがファイナンス情報を見てもよいのではないか、という話が出てきました。

例えば、我々の中でいうと、証券会社の方が、アナリストレポートに特許情報を用い、その会社の今後の行く末を見ていくということをやっています。従来であれば、アナリストは、その会社、対象とする会社の経営者に直接話を聞き、それをレポートにすれば良かったのですが、そうすると、その情報を聞いた機関投資家だけが得をするため、不公平だということで、それができなくなります。

告知情報や一般の情報を使って分析した情報でなければいけないという制度ができたことによって、解析がより重要なになってきています。例えば、企業のアニュアルレポートの中に、このAIは素晴らしいものであり、このAIを使って我々はこんな商品をつくります、とたくさんの言葉で書いてあるケースを想定してみます。この場合、特許情報や論文を参照すると、その会社は、ほとんどAIに関する研究開発をやっていない状況ということがわかります。逆に、AI回りの研究開発を長年やっている企業の場合、アニュアルレポートの中に、AIに関して出てきたときは、かなり確度が高いだろうということが分かります。

このように、兆しをどのくらいの感度で見るべきか、という使い方ができるのではないかと考えています。

野崎：ありがとうございます。兆しというところで、先ほどのテーマの2つ目である、未来予測と関連しますが、VALUENEXさんの俯瞰マップにおいては、重心位置が変わるマップがあると思います。例えば、5万件の、あるテクノロジーに関する特許について、テクノロジーの特許文献や、学術文献などの研究開発テーマの中心が変わっていくケースです。その重心位置の推移を見ることで、未来予測ができるという観点をお伺いできればと思います。

また、情報の多様性のお話は、ほかの情報との差分を取る、非対称性を確認することで未来予測ができるのではないか、兆しを探れるのではないかというお話かと思います。そのあたりを未来予測に活用するという観点でお伺いできればと思います。

中村：まず、重心の動きは何かというと、年ごとに区切り、俯瞰をした場合、研究開発の重心がどこにあったのかを捉え、線でつなぎます。

そうすると、研究開発型で、材料を作っている、プラント産業に従事する会社では、あまり重心は動きません。同じ領域に留まり、時々応用領域が出てくるという動きをします。

それに対して、コンシューマーマーケット向けの商品を作っている会社では、重心が一定の方向にどんどん動いていくため、予測がしやすいです。しかし、最近それが逆転している場合があります。これはいったい何が起きているのかというと、プラント型産業なのに重心が動いて、かなり研究開発がアクティブに動いている一方で、その代わり基礎が失われている可能性があるケース。また、コンシューマーマーケットなのに、全く重心が動いていないため、最初はマーケットにすごく刺さっているが、破壊的な商品が出てきたときに、一挙にやられてしまうケースが考えられます。

例えば、スマートフォンのカメラ機能やミュージックプレーヤーとしての機能が考えられます。最近では、スマートフォンを、ナビ代わりに使っている人たちが増えており、そうすると、カーナビというジャンルがなくなってきたいるだろうなと思います。

このように、コンシューマー向けのサービスやっている人々は、マーケットの動きをきちんと捉えなくてはいけないです。非対称という意味でいうと、例えば情報を見ると、情報が不完全であることに気をつける必要があります。

先ほどの永井さんのお話にも関連しますが、特許情報のように、きれいにそろっているものだったらいいのですが、たいていの情報の場合はかなりノイズがあったり、揺れています。

その場合、考古学的にものを見る必要があると思っています。宇宙の分析をするときは、かなり理論どおりに見ていく

き、22桁の中で兆しを見つけていくのに対して、考古学というのは基本的に、何もない中から、光るものを見つけ、その時代背景を考えて、何が起きたのかということをつなぎ合わせていくものです。

情報を突き合わせていくときは、何をマイルストーンにしてつないでいくのかを考えないと失敗してしまうと思います。アメリカのシリコンバレーの辺りというのは、実は大地が上下逆転しています。山の上の部分が、深海だったところです。そのため、山の上のほうにいくと、過去何千年、何年前に何が起きたかということが分かる。そのように時間軸を見るときには、どこに何があるのかを、ストーリーを作って見ていく、というのがすごく大事だなと思いました。

野崎：ありがとうございます。中村さんと、先ほどの永井さんのお話では、特許情報は世の中の情報のなかで、かなり構造化された、きれいなデータだというのが、お2人の話からも分かっていただいたかなと思います。

続きまして、仁科さんと永井さんに質問していきたいと思います。まずは仁科さんに対して、以下のとおり、質問がありました。「特許件数による解析では、日本と海外での出願・権利化数の差があるので、一元的な評価が難しいと感じます。例えば日本企業であれば、日本のほうが海外よりも出願が多く、米国企業であれば当然、米国企業は件数が多くて、日本への出願が少ない、ということになります。特許件数解析ではなく、グローバルで分析するときに、統一的な指標化はできないものでしょうか」という内容です。

仁科：やはり、何を評価しようとしているのかが分からないと、指標はなかなか作れないと思います。統一的な評価方法の1つとしては、先ほどご紹介させてもらった、パテントファミリーで見ていくというのは1つあるのかなと思います。

これは、発明の数を数えているのと同じになりますから、どれぐらいの発明の数があったのかを評価する上では、パテントファミリーというのもあるかなと思いつつ、今、ご質問いただいた方が、何を評価されようとしているのかが分からないことには、指標というのは申し上げづらいなと思ってお聞きしていました。

野崎：ありがとうございます。分析も、目的あっての分析であり、その上で分析手法の選択がありますので、確かにおっしゃるとおりだと思います。

続いて、永井さんにお伺いします。一般的に特許の評価をするときは、引用・被引用という形でレーティングをすると思います。ところが、引用・被引用のレーティングについては、業界、業種全般で通じるわけではありません。特許だけでの評価には限界があると思います。

一方で、特許だけでもいろんな評価はできます。もちろん単純件数だけの評価もあると思いますが、そのレーティング

をする、特許を使っていろんな企業価値を測るときに、特許情報でこれは分かるけれども、これだけの特許情報では難しいというところの知見があれば、教えていただければと思います。

永井：もちろん、特許情報以外をたくさん組み合わせて、スコアリングや評価をしたいと思いますが、特許情報はとても信用性が高いのに比べて、ほかの情報には不完全な情報が多くいため、データソースの信用性の問題があります。混ぜれば混ぜるほど、情報精度が低いのではないか、という話をいたくこともあります。

スコアリングをする上でのユニバースや粒度に関しても、大きくするのか、小さくするのかというのは、会話をする上でものすごく重要でして、大きくすればするほど分かりやすいのは総論の話であり、各論では全然違うこともあります。

あとは IPC 分類を使うのか、投資家が使うような産業分類を使うのかなど、様々なところで選択を迫られるところが非常に難しいです。

野崎：産業分類とは、金融業界で使われる GICS 分類などでしょうか。

永井：そうですね。投資家の方も、レガシーだと感じていると思いますが、それを使って運用されている以上、また新しい分類が作られたところで、必ず GICS の対応表を作らないといけないという状況になっています。

野崎：なるほど、ありがとうございます。続いて、中村さんに、特許の評価という文脈で伺います。中村さんは博士号をお持ちかと思いますが、いわゆる学術論文の中では、ジャーナルごとの評価があると考えています。有名ジャーナルに掲載された論文、というように、その論文の価値は、素直に測れるのではないかと考えています。

一方で、特許の場合は、先ほど申し上げた引用・被引用は、業界、業種によって有効であったり、有効でなかつたりします。学術論文と特許の評価の差異や難しさについて、思うところがあれば、教えていただければと思いますが、いかがでしょうか。

中村：特許分析テーマや手法は、昔からやっているものの、なかなかうまくいっていないと感じています。例えば、特許が引用している学術論文をつないでいき、研究から開発にまでの時間軸がどれくらいなのかを見るなど、様々なことが分析されてきました。

ところが、日本の引用情報とか被引用情報は、平成 14 年の制度改正において、ようやく使える状態になったというものです。また、引用情報は必ずしも、よく引用されているものを使っているわけではなく、だいたい 5 年前のものを引用

されてきていることが分かってきたため、引用、被引用に頼りすぎではないということが、特に日本の特許評価の仕方において、気を付ける限界だと思います。

一方で、論文は、私たちはこの論文を見ている、それを知った上で研究しているということを、自分でアナウンスする必要があります。だからそこには、引用・被引用、論文の引用・被引用、さらにそれをインデックス化したものはとても需要がありますし、それにジャーナルごとの評価などが加わり、1 つの権威になっていると思います。

そのため、信頼度は高いと思います。ただし、新しいものを見つけるときは、必ずしもそこに引っ張られません。今回のワクチンの研究開発も、ドイツのある会社が、かなり無名なところから始まり、急激に出てきたりしています。そういう意味では、メジャーなところは取れるが、引用・被引用が全てではない、と思っています。

野崎：ありがとうございます。続いての質問です。ホワイトスペースのニッチ市場の発見について、特許出願から公開までの 1 年半のタイムラグによる影響があると思いますが、このタイムラグは致し方ないと理解するしかないのでしょうか、という内容です。その点いかがでしょうか。

中村：確かに、特許情報として 1 年半のタイムラグがありますが、ホワイトスペースを見るときは、数年以内の情報だけで見ているわけではありません。5 年、10 年ぐらい先の中でのホワイトスペースになっているということは、周りの動きがだんだんホワイトスペースのほうに向かっているとなると、そのホワイトスペースがこの 1 年半の間に、もう少し狭まっている可能性があります。

スペースがあった上で、それがだんだん外側に広がっている場合、大昔にはそこに技術があって、それはあるものとして外側に広がっていることがわかります。時間軸の変化と、ホワイトスペースの見方は、きちんと確認する必要があるかなと思っております。

野崎：ありがとうございます。それでは、3 つ目のテーマである、コミュニケーションツールの形について、仁科さんから伺います。IP ランドスケープの調査研究のご紹介部分で、8 割は IP ランドスケープという言葉を知っているけれども、1 割しか実施できていないという発言がございました。

来年度の施策として、ぜひ IP ランドスケープを普及させるための施策をというところがあるのですが、調査研究から上がってきた、社内においての経営層や、知財研究開発以外の方への IP ランドスケープに対して、知財情報の浸透がなかなか進まない、と考えています。この点において、調査研究で得られた知見の中に、一番の課題やコミュニケーション

の阻害要因になっている、というところがあれば、教えていただけますか。

仁科：過去に実施した調査研究ではまだ知見が見えてきていませんが、今、取りまとめをしようとしている調査研究では、経営者の方が、知財がビジネスにおいて果たす役割をなかなかご理解いただけていない、というところが知財部門との接点が遠い原因のように見えてきています。

もう1つ逆の立場では、知財部門の方も、経営者の方がどういった将来像を見ているのかを十分把握できていないことや、あるいは経営者の方がどういった情報を持ってきてほしいと思っているのかを把握していないことが、知財部門と経営者とのコミュニケーションの障害になっているのではないか、ということをまとめようと思っている段階でございます。

先ほどご紹介しました来年度実施予定の調査研究では、経営デザインシートをコミュニケーションツールとして活用していただきたいと考えております。この経営デザインシートを作成するときは、知財部門の方だけでは当然できなくて、経営者がお考えのアウトカムや、アウトプットを意識する必要があり、今のビジネスモデルだけではなく、将来のビジネスモデルも考えなければいけません。このツールを生かしながら、知財部門の方が他部門の方とも連携をしつつ、さらに経営層の方とも十分な意思疎通を図っていただくことで、先ほどご紹介したようなコミュニケーションが障害になっているところを乗り越えられればいいなと思いますし、それをどう乗り越えたのかを事例としてまとめたいな、というように思っております。

野崎：ありがとうございます。どうしても分析手法が出てくると、その手法でいろんなものを切りたくなるかと思いますが、当然切るものに対する分析の仕方と、適さないものがあります。あくまで1つの見える化ツールという形で使って、より創造的に戦略を構築していくかという意味だと理解をしました。

仁科：おっしゃるとおりです。

野崎：ありがとうございます。続いて永井さんに伺います。最初のポジショントークであったとおり、いろんな投資家の方とのコミュニケーション、ご依頼やご相談、非常に多いかと思います。永井さんがこれまでアスタミューゼの会社を運営されていて、知財部門と特許情報等を使ったコミュニケーションにおいて、ここが変わってきたとか、投資家の方が逆にこういうことを求めてきて、投資家がこう変わったとか、投資家の方がこういうことを求める、という部分を教えていただけますか。

永井：そうですね、知財部の方や、経営者の方の知財の意識が高くなっているというのはあるかと思いますが、その変化は行動レベルでは大きくは感じておりません。それに比べて、圧倒的に投資家の目線が変わってきていると思います。

それぐらい企業の中でのサステナビリティ、つまり中長期での競争優位性や、あらゆる戦略が陳腐化してきています。そういう意味では、本質的な競争優位性はなんだということを投資家が本気で理解しにいっていると思います。

今日1つだけ必ずお伝えしたいなと思っているのが、場合によっては企業が開示している情報よりも、投資家のほうが分析を進めている場合があることです。そのため、それよりも劣った開示をしたとしても、ほぼ意味がないというぐらいに、投資家側の客観的情報が増えています。コーポレートガバナンス・コードは意識されていると思いますが、スチュワードシップ・コードという部分の影響が、ものすごく大きいことを理解していただければと思います。

野崎：やはり投資家の方の意識が高まってきた背景には、財務情報だけでは、企業価値は測れないため、統合報告書などの非財務の情報が出てきた結果、投資家の意識がどんどん高まっているという理解でよろしいですか。

永井：そうですね。バランスシートを見てもなかなか企業の予測ができなかったり、客観的であることがスチュワードシップ・コードの中でも含まれているので、主観的に経営者を見て判断することは、本当にお金をしていただいている方に説明できるのか、といったアカウンタビリティの観点からは、客観的な情報として特許に価値を感じて見ているというのがありますね。

野崎：ありがとうございます。そうですね。もう1つ伺いたいのが、知財部門の方は、今後どうしたらいいと思いますか。

永井：そうですね、コミュニケーションツールとしての特許情報であることと、R&Dや知財戦略を切り分けて考えつつ、それをどう融合させるかという部分において戦略を考える、必要があると思います。

明細書を書くような粒度で精緻に開示したところでコミュニケーションツールとしては誰も分かりません。分かるようになるためにはどれくらいのレベル感であるべきか、今まであまりにも細かく分析していたものを、もう少し俯瞰的に、伝わるように、適切な粒度で伝えるということをこだわれば、非常に変わっていくと思います。

野崎：ありがとうございます。最後に、中村さんにVALUENEXのCEOという立場で、ご質問伺いたいと思います。お客様に情報提供、分析やコンサルティングサービ

スをするアルゴリズムをつくっているコンサルタントという立場の一方で、経営者として投資家の方へ経営や事業に対する説明を求められることも多いと思います。

その際、投資家から受ける視点で、何か思う視点はありますか。こういう情報をより私は出しているというのが、開示できるものがあれば教えていただければと思います。

中村：そうですね、我々の会社の株主さんは、機関投資家が結構多かったり、あるファンドの会社の人たちが一緒にやっていたりするので、結構中身をよく理解している方が多いです。

一方で、いわゆる個人投資家みたいな方々は、こういうアルゴリズムの世界を全く知りません。そういう人たちに何をお知らせするべきなのか、何を期待されているのかを常につかむということに、毎回苦労しています。

四半期ごとにビデオを作って話をしますが、話の内容よりも顏色が悪かった等の反応ばかりだと、内容ではないのかなと思うことがあります。

多くの人が投資をするときに、いかに判断するための材料が増えるか、そのために我々もお手伝いできることがないかということは常に考えています。

野崎：ありがとうございます。

本セッション、「ESG 時代の企業価値向上における知財情報活用の現状と課題 —コーポレートガバナンス・コード改訂を踏まえて—」ということで、ESG やコーポレートガバナンス・コードを埋めさせていただきました。

いろんなテーマに飛んでおりますので、1つのテーマをより深くというよりは、より広い視点で知財情報の活用、中でも特許情報の活用というところで、ご視聴いただいている皆さんに、多少なりともお役立ちいただけるところがあれば幸いでございます。どうもありがとうございました。



astamuse
company

アスタミューゼ株式会社
東京都千代田区神田錦町二丁目2-1
KANDA SQUARE 11F
TEL : 03-5148-7181 (代表)

1. アスタミューゼ会社紹介

2. サービス紹介

① マテリアリティ/無形資産の可視化を通じた
サステナビリティ向上

② 無形資産/非財務情報の可視化を通じた
企業価値向上支援

③ 企業価値・サステナビリティ向上に繋がる
知的財産を活用した事業開発

1. 会社概要

astamuse
company

**世界の無形資産・イノベーションを可視化し
社会課題解決と未来創造を実現する、データ・アルゴリズム企業**

会社名	アスタミューゼ株式会社 (英名 astamuse company, Ltd.)
代表者	代表取締役社長 永井 歩
設立	2005年9月2日
所在地	東京都千代田区神田錦町二丁目2-1KANDA SQUARE 11F
資本金	95,000,000円 (2020年12月末時点)
従業員数	約85名 (取締役6名) (2020年12月末時点)
事業内容	無形資産可視化データ・アルゴリズム事業 イノベーション支援事業

投資助言・代理業(関東財務局長(金商) 第3250号)
一般社団法人日本投資顧問業協会会員

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 2

1. 会社紹介（ミッション）

astamuse
company

人類の実現力を高める

「知の流通」「知の活用」「知の民主化」を通じて
社会課題解決や未来創造を実現し、
社会の発展と人々の幸福に貢献します



代表取締役社長 永井 歩

世の中の「価値」の対象は形あるものから
無いものへと変化しており
世界の知的労働によって生まれる
膨大な**無形資産**を活性化することが
人々の幸せ社会の発展に必要なことだと
私たちは考えます。

大学院在学中に当社を設立し、社長就任。
大企業、スタートアップ、大学に対する経営
支援、新規事業・イノベーション支援を中心
としたコンサルティング事業、プラット
フォーム事業を展開、現在に至る。
東京大学大学院工学系研究科修了。大学では
機械工学・人工知能を学び、大学院では原子
力工学・数値流体力学を専攻。

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 3

1. 会社紹介（データベース紹介）

astamuse
company

**世界中の無形資産・イノベーションを可視化するために
様々な情報を統合し、世界最大級のデータベースを構築**

保有データ数 **7.0億** 件以上 (193カ国／39言語／248項目)

技術起点 (客観的で確からしい情報：証明された技術・権利・根拠・実現可能性)

研究/論文データ

特許データ

判例データ
(知財中心)

領域起点 (イノベーション創出の源泉となる課題/アイデアとそれへの投資額情報)

新製品

クラウドファンディング/
CtoCデータ

新事業

VC・M&Aデータ

新技術

研究予算データ



社会課題・ESG起点

環境
(炭素排出量等)社会
(多様性・インパクト)ガバナンス
(取締役会/政策保有株等)

財務データ

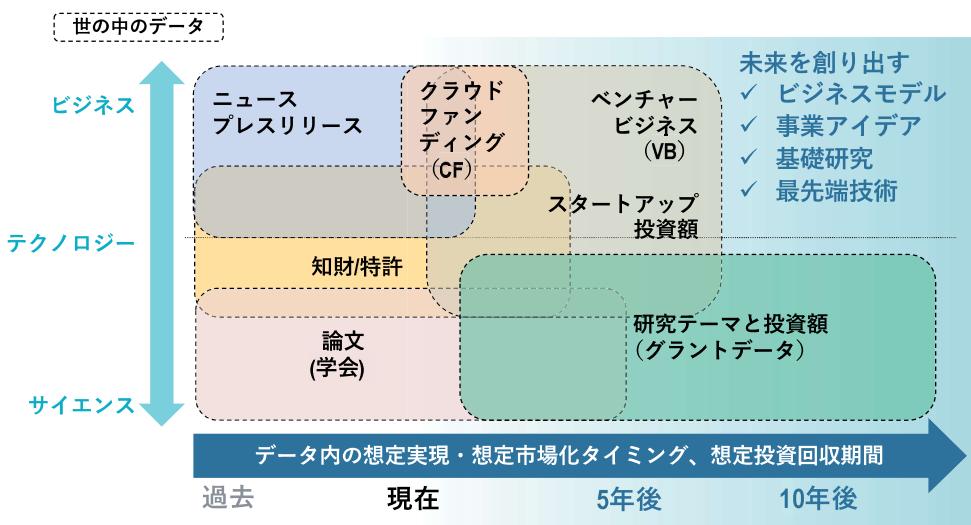
その他企業データ
(HP/統合報告書等)

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 4

1. 会社紹介（データベース紹介）

astamuse
company

研究段階からビジネス段階、実用化までの期間など様々なデータ、すなわち世界の
あらゆるフェーズの投資家を活用して幅広い期間の未来予測が可能



© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 5

事業会社に向けては、イノベーションに関わる 経営課題を中心に戦略構築/実行支援



企業でのよくあるお悩み

- 自社の既存事業の優位性がいつまで続くかわからない
- 既存事業の成長が踊り場にきているので、使っている技術を別で活かせる可能性を探りたい
- 既存事業を売却できる可能性があるのなら、売却したい。売却後に会社へ与える影響も見てみたい
- 新しい研究に取り組むべきか、開発後の取り扱いも含めて考えたい
- 既に着手している研究開発を続けるべきどうか、もしくは自社開発ではない方法があるかを含めて検討したい
- 自社のノウハウだけではなく、他社の知見も活用し、スピード感のある新規事業を行いたい
- 新規事業のためスタートアップの買収を検討しているが、対象企業の将来性の評価が難しい

アスタミューゼのサービス

- 1 未来予測/長期計画策定
- 2 新規事業創出
事業ポートフォリオ
マネジメント
- 3 R&D/知財戦略構築
- 4 M&A/カーブアウト
オープンイノベーション

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 6

未来把握・投資戦略/新規事業開発戦略・R&D戦略構築の 支援プロジェクトを数多く実施

未来予想・将来把握に関するプロジェクト

業界	クライアント	プロジェクトテーマ	プロジェクト概要
機器	国内大手 食品メーカー	・ 業界内の将来予測	・ 2030年における食品を通じた顧客との新たなコミュニケーション手段の創造
材料	国内大手 化学メーカー	・ 成長領域における未来把握	・ IoT領域の拡大に伴う材料業界の未来を把握
機械	国内大手 機械メーカー	・ 長期ビジョンの策定	・ 自動車業界のビジネス展開を2030年まで予測し、新たな価値提供を創造
自動車	国内大手 自動車メーカー	・ 将来ビジョンと戦略の構築	・ 自動運転、電気自動車を見据えたロードマップ作成
	国内自動車部品 メーカー	・ 人工知能が交通に及ぼす影響を把握	・ AIによって新たに創造・縮小される交通領域を予測

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 7

未来把握・投資戦略/新規事業開発戦略・R&D戦略構築の 支援プロジェクトを数多く実施

投資戦略/新規事業開発戦略に関するプロジェクト

業界	クライアント	プロジェクトテーマ	プロジェクト概要
食品	国内大手食品メーカー	・研究開発領域の整理	・コアブランド製品（機能性食品）の価値強化戦略策定
	国内大手食品メーカー	・事業統合によるシナジー創出	・統合による注力領域の可視化と、新たな価値創出の可能性を探査
機械	国内大手機械メーカー	・新規事業立ち上げ支援	・医療関連装置に関する新規事業立案のため事業プロセスを構築
	国内大手商社	・投資戦略の策定	・農業×ITにおける投資領域の定義と投資先の企業選定
小売	国内アパレルメーカー	・競合ブランドの将来成長性の把握	・先進国を中心とした未来予測に基づく、特定ブランドの影響力を分析

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 8

未来把握・投資戦略/新規事業開発戦略・R&D戦略構築の 支援プロジェクトを数多く実施

R&D戦略構築に関するプロジェクト

業界	クライアント	プロジェクトテーマ	プロジェクト概要
食品	国内大手食品メーカー	・既存研究領域の研究方針の策定	・健康食品産業に向けた研究開発の強化
	国内大手食品メーカー	・新規事業に結びつく研究領域の策定	・健康・栄養産業で活用できる自社保有技術の洗い出し
化学	国内大手化学メーカー	・新規事業立ち上げ支援	・QOLに関する製品・サービスを創出 ・新たな成長基盤を確立する
	国内大手化学メーカー	・既存事業におけるR&Dからの成長戦略策定	・モビリティ領域における自社技術活用範囲の策定
自動車	国内自動車部品メーカー	・新規事業立ち上げ支援	・HV/EVに対応したモジュールの開発に伴うR&D体制の構築

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 9

1. 会社紹介（メディア掲載実績）

astamuse
company

新聞連載

- ② 特許の分析データを提供

日本経済新聞社（2019年11月12日～2020年2月17日）

連載『特許ウォーズ』全6回

AIやブロックチェーン、再生医療など、成長技術分野における世界の特許出願を国別に分析。そのデータと見解を提供。



出版

- ② データを活用した未来予測のコンテンツ化

『2060 未来創造の白地図～人類史上最高にエキサイティングな冒険が始まる』アスタミューゼ株式会社 川口伸明 著

(2020年3月11日発売：技術評論社)

全世界80ヶ国・約2億件のイノベーションデータから、生活・文化・食と農、都市と交通、知覚と身体性、医療・ヘルスケア、宇宙・地球・環境、知の未来・知の進化などあらゆる領域について近未來のライブシーンを描く。



発売から1週間で、Amazonの「情報・コンピューター産業」カテゴリー-ranking 1位に。



© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 10

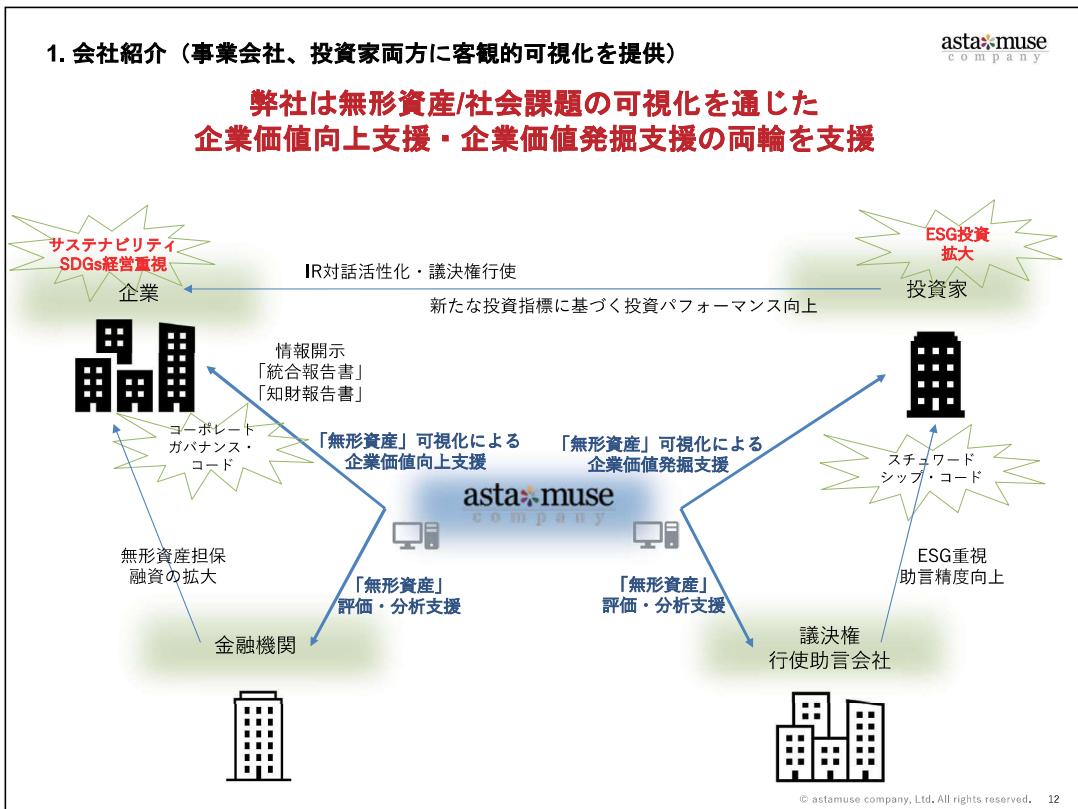
1. 会社紹介（各種スコアリング）

astamuse
company

非財務情報/無形資産とコーポレートガバナンスコード/GRI対応状況等を定量的に可視化

活用目的	評価／開示対象	企業スコア種別
非財務情報 (ESG情報)の可視化	① 知的資本	技術資産スコア ブランド資産スコア
	② 製造資本	製造資産スコア
	③ 人的資本	イノベーター資産スコア
	④ 社会・関係資本／自然資本	サステナビリティスコア
コーポレートガバナンスコード／GRIへの対応の可視化	⑤ 事業ポートフォリオ	事業ポートフォリオスコア
	⑥ 設備投資・研究開発投資効率	生産効率スコア 研究開発投資効率スコア

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 11



1. 会社紹介（投資家・運用会社）

astamuse
company

当社が実施した「脱炭素社会への移行リスクと機会の産業間移転分析」 および「国・地域別技術／特許競争力」分析をGPIF₁にもご提供

【図表1】本稿で行った主な気候変動リスク・機会に関する分析

分析内容	分析対象	分析委託先
カーボンフットプリント分析	株式・社債	Trucost
カーボンインテンシティ分析	株式・社債・国債	Trucost
気候パリュー・アット・リスク（CVaR）分析*	株式・社債・国債・不動産	MSCI
温暖化ポテンシャル分析	株式・社債・不動産	MSCI
移行リスクと機会の産業間移転分析	産業	アスタミューゼ
脱炭素技術の国・地域別のトータルパテントアセット分析	産業・国	アスタミューゼ
SDGsポジティブインパクト/アディショナリティ分析**	株式	Trucost

(注1)「気候のCVaR分析」は、国債価格ではなく、GDPに与える影響を分析
(注2)「SDGs間連の分析は、SDGsで示された社会課題解決に伴って生じる機会の分析であり、気候変動関連の機会に限定されない
(出所) 各種資料よりGPIF作成

“アスタミューゼ社の分析では、特にエネルギーや化学産業においては、脱炭素社会への移行に伴う機会がリスクを大きく上回り、日本にはこれらの産業において有望な技術があることが明らかになりました”（「2020年度ESG活動報告」p50より抜粋）

出典) 2020年度ESG活動報告 年金積立金管理運用独立行政法人
1. 年金積立金管理運用独立行政法人 (Government Pension Investment Fund: GPIF)

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 13

1. 会社紹介（投資家・運用会社）

当社が実施した「脱炭素社会への移行リスクと機会の産業間移転分析」 および「国・地域別技術／特許競争力分析」をGPIF₁にもご提供

【図表1】リスクと機会の産業間の移転状況を可視化するプロセス

Step1: リスク分析	2030/50年の産業別に「③GHG削減必要量」を想定 ＊国際エネルギー機関（IEA）のSustainable Development Scenario（SDS）を活用し、2030/50年に必要とするGHG削減量を算出することを目的
Step2: 検討分析	産業別でGHG削減量とGHG削減技術の2030/50年時点の「②GHG削減貢献量」 （世界のGHG削減量×GHG削減率×社会実現率）を想定
Step3: リスクと機会の 移転状況の可視化	GPIF ₁ と他の 機会を比較して、国際エネルギー機関、国務省を可視化エネルギー他の2000年に66%の確率で平均気温上昇を2℃以下にするという目標

(出典) アスタミューゼ・コンサルティング株式会社

【図表2】2050年のGHG削減貢献量

産業	技術領域	2050年	
		削減貢献量 (a)	削減必要量 (b)
エネルギー	エネルギー・中小企業	100.2	100.2
化学	大規模供給源からCCS	80.5	80.5
エネルギー	海洋エネルギー	66.4	66.4
エネルギー	太陽光・風力・潮電池	66.4	66.4
エネルギー	バイオエネルギー	114.6	114.6
機械	パワーパラメータ	72.0	72.0
化学	メタノール生産	88.1	88.1
社会	廃棄物バイオマスの エネルギー化による供電	66.4	66.4
エネルギー	グリーン電気	84.5	84.5
エネルギー	水素/アバニティ電気	100.2	100.2

(出典) アスタミューゼ・コンサルティング株式会社

【図表3】2030年、2050年の産業別リスクと機会の移転状況

産業	2030年			2050年			GHG削減機会 (a)	
	削減貢献量 (a)		削減必要量 (b)	削減貢献量 (a)		削減必要量 (b)		
	削減 量 (a)	削減 率 (b)	削減 量 (a)	削減 率 (b)	削減 量 (a)	削減 率 (b)		
エネルギー	162.2	38.2	124.0	13,021	427.4	79.7	347.7	62,585
エネルギー	22.0	5.3	16.7	1,757	149.2	29.5	119.7	21,545
社会	16.1	2.6	13.5	1,420	123.6	5.4	118.2	21,269
機械	24.5	0.1	24.4	2,561	52.5	0.8	51.7	9,303
社会	21.8	1.7	20.2	2,119	57.5	9.2	48.3	8,694
機械	7.5	1.1	6.4	671	52.2	6.3	45.9	8,261
社会	25.8	3.4	22.4	2,352	51.6	13.4	38.2	6,874
機械	2.4	2.0	0.4	46	19.7	9.5	10.2	1,840
社会	6.0	0.9	5.2	543	8.6	4.9	3.8	679
機械	0.4	1.9	-1.5	-162	3.7	10.7	-7.0	-1,266
農林水漁	3.2	12.0	-18.7	-1,123	18.5	27.7	-9.2	-1,663
金属・鉱物・紙製品等	15.2	6.4	8.7	917	24.8	35.7	-10.9	-1,967
建築・土木・建設関連製品	1.9	14.9	-13.0	-1,361	8.3	82.7	-74.3	-13,379

(注) 2030年のカーボンプライムは105米ドル/トン、2050年は180米ドル/トンで想定した参考値

(出典) アスタミューゼ・コンサルティング株式会社

当社の「脱炭素・低炭素社会移行リスクと機会の産業間の移転分析」および
「炭素削減技術の国・地域別技術／特許競争力分析」を同報告で掲載(p49-50, 65-68)出典) 2020年度ESG活動報告 年金積立金管理運用独立行政法人
1. 年金積立金管理運用独立行政法人 (Government Pension Investment Fund: GPIF)

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. Page 14

1. アスタミューゼ会社紹介

2. サービス紹介

① マテリアリティ/無形資産の可視化を通じた サステナビリティ向上

② 無形資産/非財務情報の可視化を通じた 企業価値向上支援

③ 企業価値・サステナビリティ向上に繋がる 知的財産を活用した事業開発

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. Page 15

2. サービス紹介 ①マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティ向上

持続的でインパクトのある課題(=SDGs)に、事業の持続的な競争力の源泉である知的財産を如何に活用できるかがサステナビリティ経営の要諦



© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 16

2. サービス紹介 ①マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティ向上

各ESGテーマに対して、各業界/企業にとってサステナブルな状況に影響するかどうかの評価をする事で企業価値向上に資するESG活動が行える

マテリアリティとは？

自社に関わる『重要課題』の事であり、企業活動において、どの社会課題を重要視しているかの説明に使われる表現。ステークホルダーへの影響や経済的インパクトから評価する。

- 企業価値・サステナビリティ向上のため
ステークホルダーへの影響と
経済価値の両立の観点で、
営利企業として取組むべき課題の特定
- 2030年以降(PostSDGs)も含めた形で、
ESG/社会課題の全体もカバーし、
各業界で比較可能な形で定量評価する事で
優先順位を明確化



自分達の業界・産業にとって
マテリアルな社会課題の
定量的可視化
(マテリアリティスコア)

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 17

2. サービス紹介 ①マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティ向上

GRIが定めるマテリアリティの評価軸にも沿う形で、社会課題の重要度を客観的に評価。各企業のマテリアリティ検討の土台として役立てる

GRI¹⁾スタンダードに基づく
マテリアリティ及び評価軸の定義

マテリアリティ

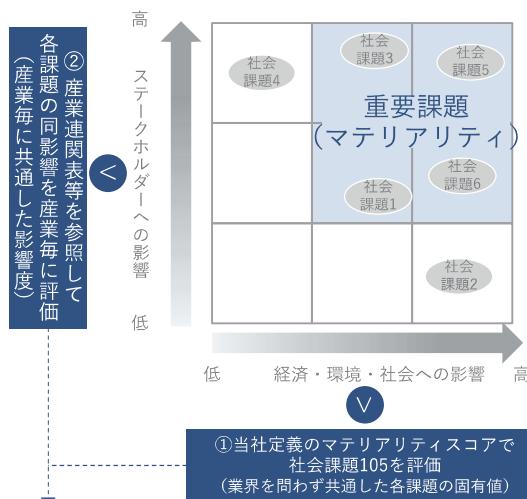
- ・自社に関わる重要課題
- ・企業活動による社会課題への影響度合いを評価し、優先順位をつけ「企業としてそれぞれの課題をどの程度重要と認識しているか」を分かりやすく示すもの

経済・環境・社会への影響

- ・自社において、経済／環境／社会に大きな影響を与える重要課題を抽出した上で、影響を評価

ステークホルダーへの影響

- ・自社のステークホルダーの課題意識を整理した上で、重要課題がステークホルダーの評価や意思決定に対して及ぼす影響を評価



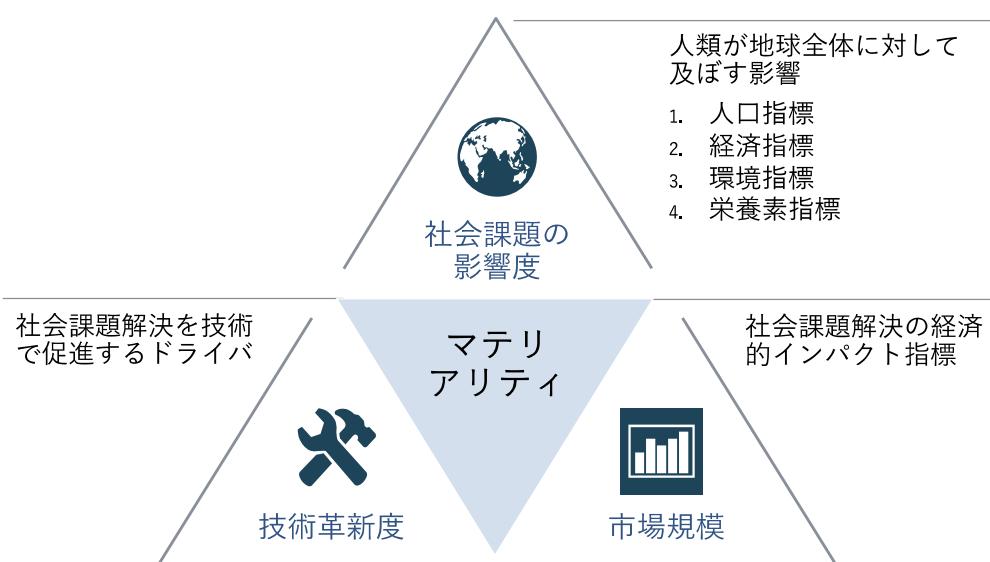
①当社定義のマテリアリティスコアで
社会課題105を評価
(業界を問わず共通した各課題の固有値)

1) GRI: Global Reporting Initiative. サステナビリティに関する国際基準の策定を使命とする非営利団体で、UNEP（国連環境計画）の公認団体

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 18

2. サービス紹介 ①マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティ向上

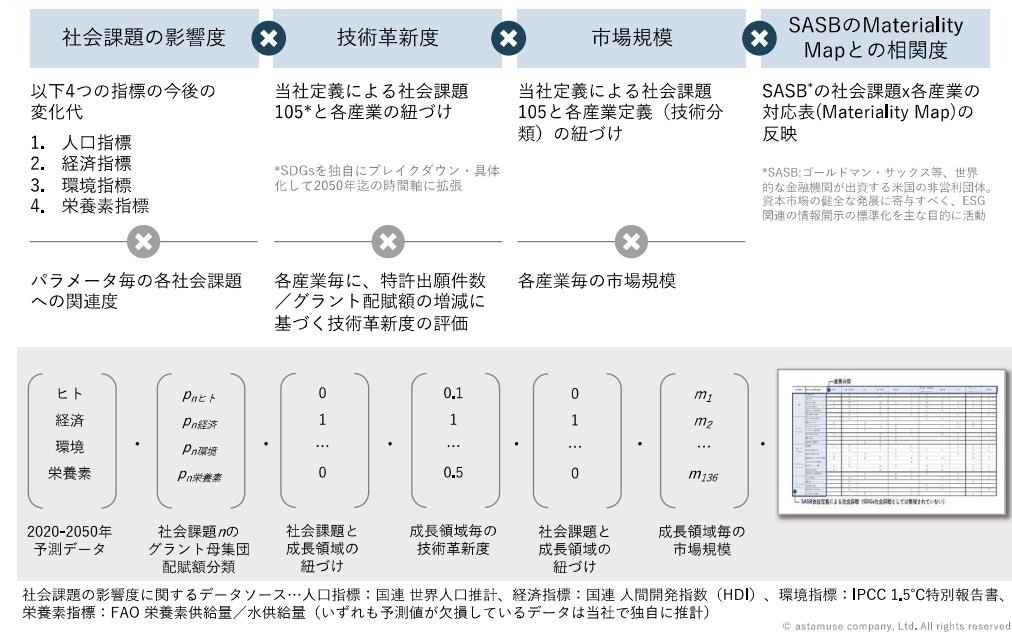
当社独自に整理した社会課題定義（技術との対応関係の整理済み）を評価するに当たって、大きく3つのパラメータを設定



© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 19

2. サービス紹介 ①マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティ向上

具体的には以下の構成要素の積算により算出。その上でSASBの
Materiality Mapとの相関度も織り込んで、スコア化



2. サービス紹介 ①マテリアリティ/無形資産の可視化を通じたサステナビリティ向上

さらに、産業毎に異なるステークホルダーへの影響度も織り込むことで、業界毎のマテリアリティスコアを作成

- 産業毎に、ステークホルダーは異なるが、その中でも取引先（顧客）の差異に着目
- 産業連関表等を活用することで、産業毎のステークホルダーの特徴を整理
- 上記特徴と、社会課題毎の産業の紐づきを用いて、産業毎に、各課題におけるステークホルダーの影響度を評価

産業連関表イメージ							
Format of OECD harmonised national Input-Output Tables							
Symmetric industry-by-industry I-O table	Intermediate demand			Final expenditure		Direct purchases abroad	Output (by)
	Industry 1	...	Industry 36	Domestic demand	Cross-border exports		
1 Industry 1 (domestic, bp)							
...							
36 Industry 36 (domestic, bp)							
37 Product 1 (imports, bp)		A		B	C	D	E
...							
72 Product 36 (imports, bp)							
73 Taxes less subsidies in intermediate and final imported products							
74 Taxes less subsidies on intermediate and final products paid in the domestic territory							
75 Total intermediate / final expenditure (pu)	Sum of						
76 Value added (bp)							
77 Output (bp)							
GDP (expenditure approach) GDP (output approach) pu: purchasers' prices bp: basic prices							
A: Imports of intermediate products B: Imports of final products C: Re-imports and re-exports D: Imported products for non-residents expenditures E: Direct purchases abroad of foreign products by residents							
Imports are valued at basic prices of the country of origin, i.e. the domestic and international distribution included in goods imports in c.i.f. purchasers' prices are re-allocated to trade, transport and insurance sectors of foreign and domestic industries. Taxes paid and subsidies received in foreign countries are excluded from row 37 to row 72 and shown separately in row 73.							

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 21

1. アスタミューゼ会社紹介

2. サービス紹介

① マテリアリティ/無形資産の可視化を通じた
サステナビリティ向上

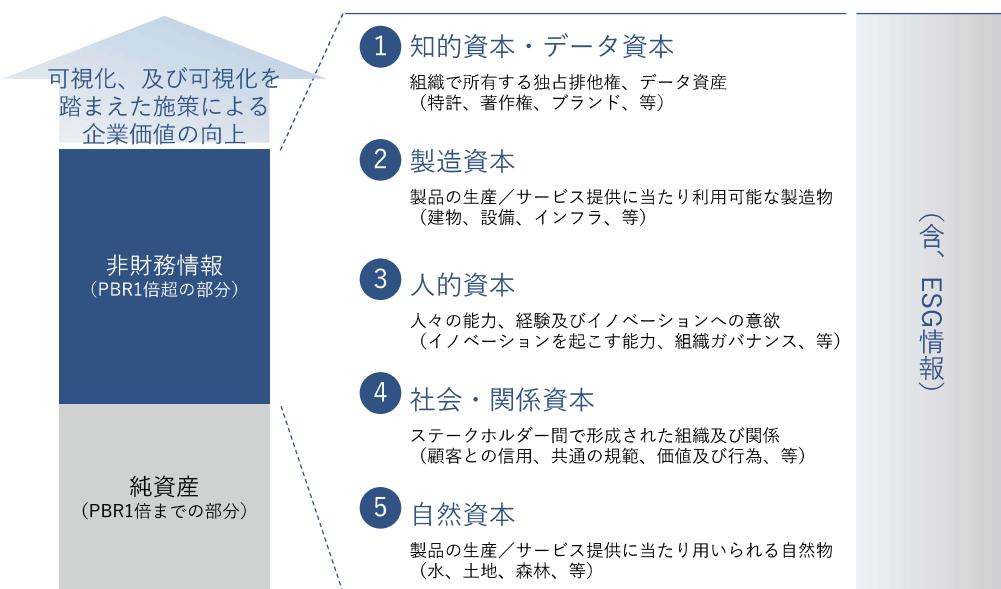
② 無形資産/非財務情報の可視化を通じた
企業価値向上支援

③ 企業価値・サステナビリティ向上に繋がる
知的財産を活用した事業開発

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 22

2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

**企業価値に影響を与える非財務(情報)を全体を広義の無形資産と捉え
各無形資産を別々に評価する**



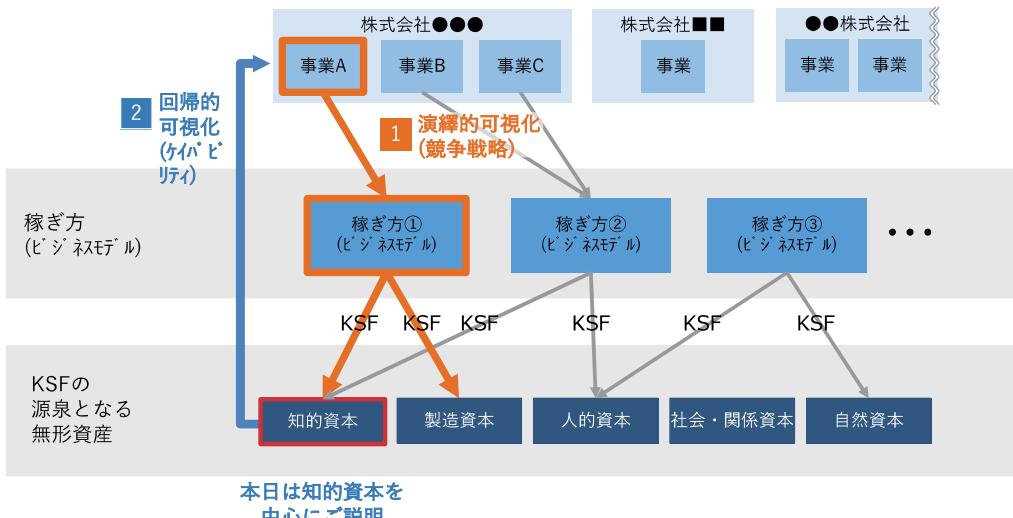
各種資本の定義は、国際統合報告評議会 (IIRC) を参照

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 23

2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

astamuse
company

アスタミューゼの【無形資産/非財務情報可視化フレームワーク】は
演繹・回帰の両方向から、企業価値と無形資産の因果・相関を可視化

企業価値向上のための無形資産/非財務情報可視化フレームワーク

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 24

2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

astamuse
company

当社では企業価値向上の源泉となる稼ぎ方(ビジネスモデル)を体系化し
あらゆる事業に対応すべく9つの大分類に整理

アスタミューゼの『稼ぎ方(ビジネスモデル)の類型化』

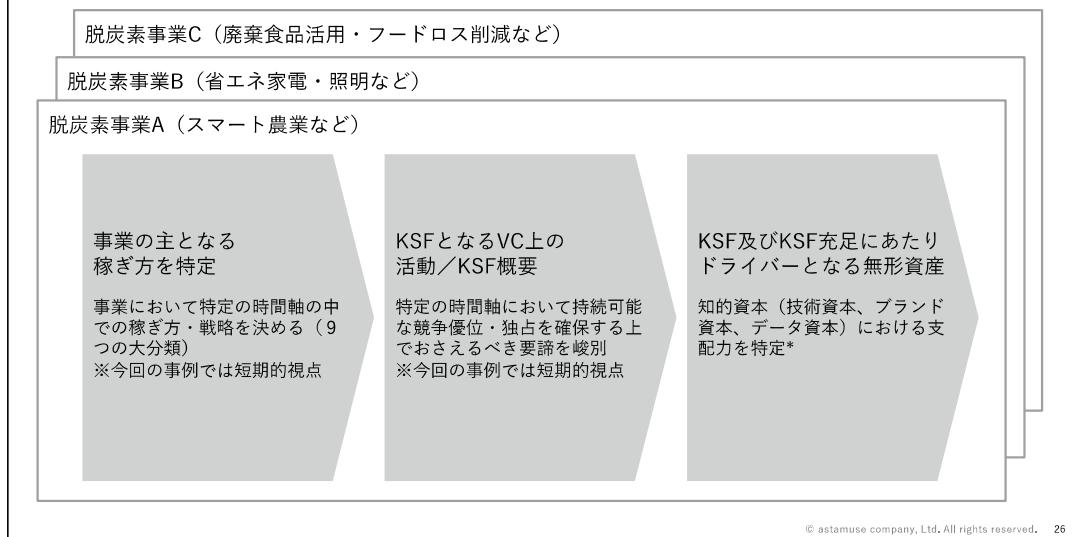
レイヤー	アスタミューゼの『稼ぎ方(ビジネスモデル)の類型化』								
データ	① データ蓄積によるQCD最適化／利便性向上								
ソフトウェア・システム	② ネットワーク／エコシステム形成によるQCD最適化／利便性向上 ③ UI/UXによる利便性向上								
ハードウェア	④ 素材・部材のR&Dによる性能向上 ⑤ 個別技術（カスタマイズ）による性能最適化 ⑥ 大量生産モデルによる低価格／安定供給 ⑦ 撥合せ（ノウハウ化）による性能向上 ⑧ 垂直統合によるQCD最適化								
インフラ	⑨ ライフタイム全般に亘る性能維持／コスト最小化								

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 25

2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

事業毎に客観的に稼ぎ方(ビジネスモデル)を整理した上で、時間軸事に
KSF及びKSF充足のドライバーとなる無形資産について整理

※尚、無形資産の中でも、特に人的資本／社会資本／自然資本は投資に対する遅延浸透効果が長期になりがちであり、KSF及びKSF充足に対してより長期的な観点での源泉となる。今回sample事例では、短期的な視点の中で知的資本(特許、ブランド、データなど)が、KSF及びKSF充足に対してどうかを整理する



© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 26

2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

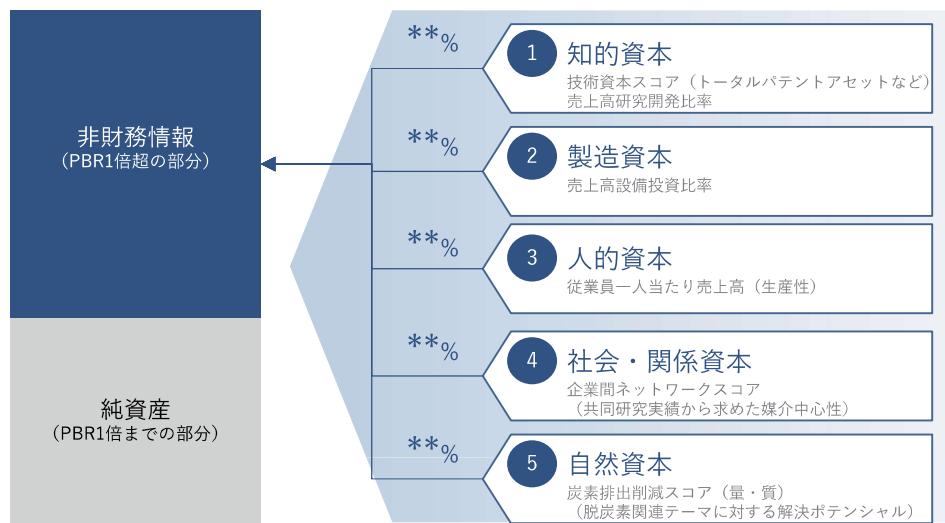
例えば、自社の脱炭素関連事業において如何に稼ぐ力を有しているかを可視化する時は下記のような整理を実施しドライバーとなる資本を判別

サンプル事例	稼ぎ方（ビジネスモデル）の類型	KSF概要	ドライバーとなる知的資本
Ex.自社の脱炭素関連事業			
事業A（スマート農業等）	① データ蓄積によるQCD最適化／利便性向上 ② ネットワーク／エコシステムによるQCD最適化／利便性向上	> データの処理能力（量・精度） > 面／でのデータ獲得能力 > オープン＆クローズ戦略を駆使した研究開発、面での顧客囲込み	技術資本（特許） ブランド資本 データ資本
事業B（省エネ家電・照明等）	③ UI/UXによる利便性向上 ④ 素材・部材のR&Dによる性能向上 ⑤ 個別技術（カスタマイズ）による性能最適化 ⑥ 大量生産モデルによる低価格／安定供給 ⑦ 摠合わせ（ノウハウ化）による性能向上	> 高機能／高性能な商品開発力 > 意匠、デザイン > 高機能／高性能な商品開発力 > 研究・技術開発成果の知財による保護 > 顧客ニーズに応じた必要十分な製品開発 > 汎用開発／個別開発の分け分け > 資本集約型：設備投資力 > 変動費型：原材料や労働力の調達力 > コミュニケーションコスト最小化のための開発と製造の連携強化	技術資本（特許） ブランド資本 データ資本 技術資本（特許） ブランド資本 データ資本 技術資本（特許） ブランド資本 データ資本 技術資本（特許） ブランド資本 データ資本 技術資本（特許） ブランド資本 データ資本
事業C（廃棄食品活用、フードロス削減）	⑧ 垂直統合によるQCD最適化 ⑨ ライフタイム全般に亘る性能維持／コスト最小化	> 迅速な顧客ニーズ反映やボトルネック解消のためのSC連携 > O&Mコスト最小化に繋がる商品設計 > O&M体制の強化	技術資本（特許） ブランド資本 データ資本

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 27

2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

対象企業群における、各種資本とPBR/ROEとの相関分析を踏まえ、
企業価値可視化および向上に向けてより重点的に注目すべき資本を特定

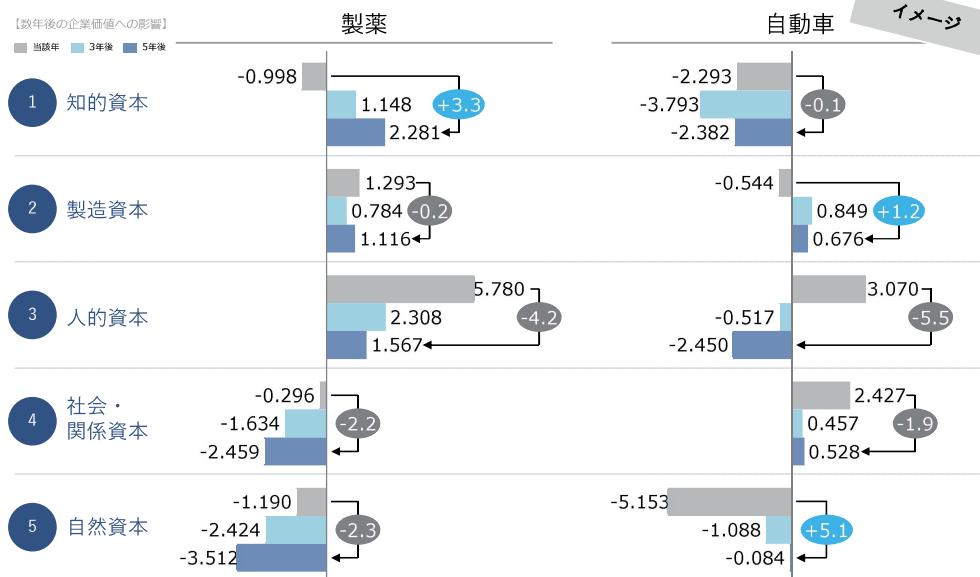


※今回は簡易的に上記記載の指標を採用

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 28

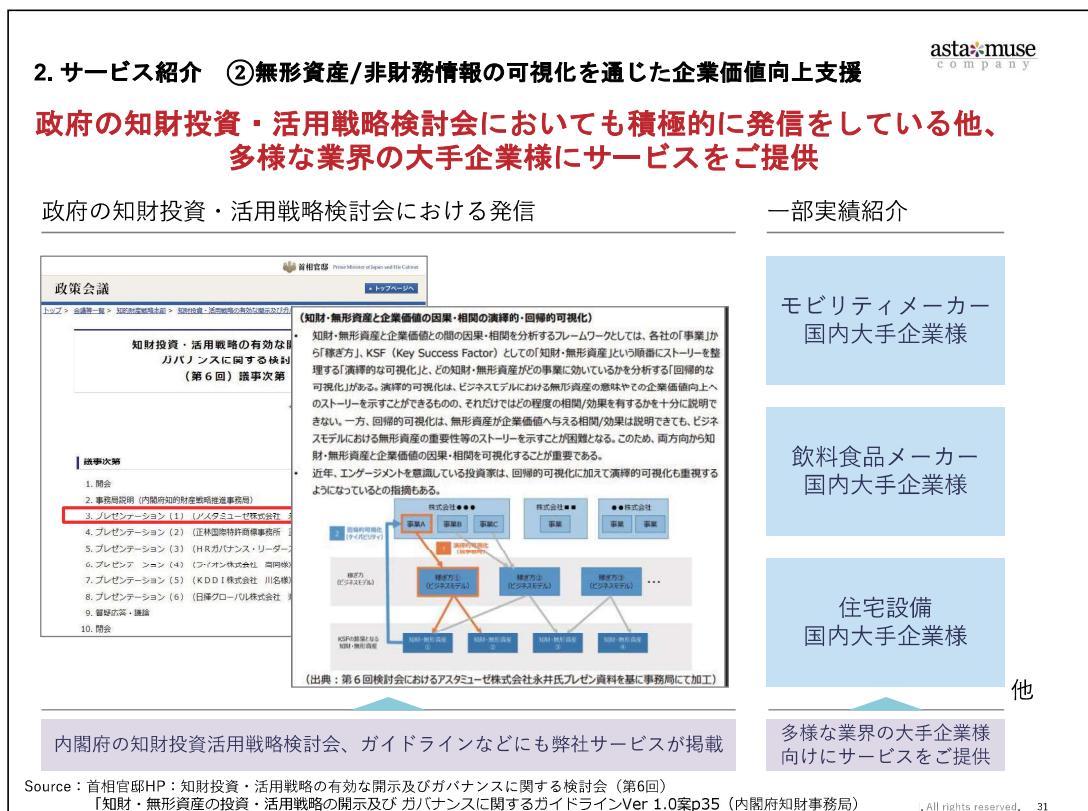
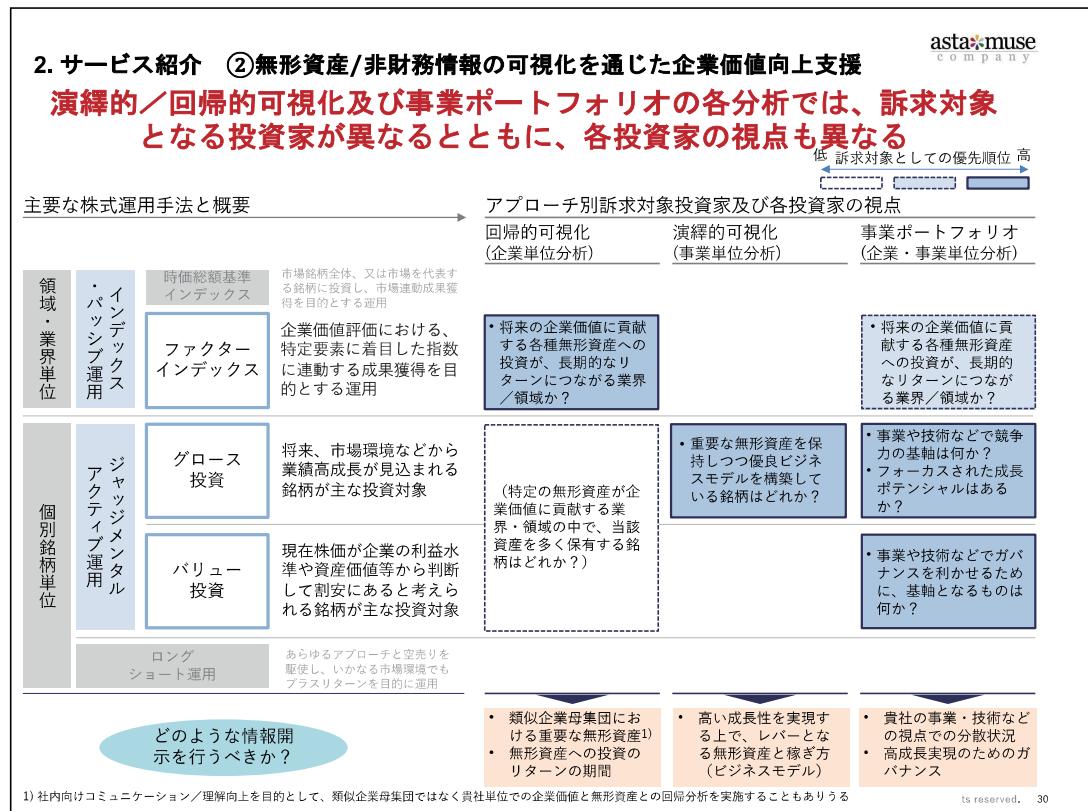
2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

重要性が高い無形資産は時系列変化し、製薬業界では中長期的に知的資本の重要性が増す。他方、自動車業界では自然資本¹⁾の重要性が高い



1) 今回分析では自然資本には脱炭素関連の知財スコアを採用していることから、「特定テーマの知的資本が重要である」との換言も可能

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 29



2. サービス紹介 ②無形資産/非財務情報の可視化を通じた企業価値向上支援

世界インデックス(MSCI ACWI)に対してパテントインパクトスコアを使ったポートフォリオの超過収益は6%超(年率)

国内信託銀行様とのファンド組成PoC (事例)

非財務情報を活用した無形資産評価による
当社ポートフォリオ（グローバル株式）のパックテスト

時系列推移(2014/3/31を100と置いた場合)



<本ポートフォリオの特徴>

- ・上昇相場に強い
- ・Growth相場に強い
- ・国別配分(対MSCI ACWI)
 - －米国、日本オーバーウェイト
 - －欧州、新興国アンダーウェイト
- ・全体の勝率は60ヶ月中39ヶ月
- ・IRは1.5以上で良好

信託銀行外貨建て証券合同運用口との比較

信託銀行	運用内容	運用額(億円)	年率(%)		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・グローバル・リターンズ	A	638 18.2%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・グローバル・リターンズ	A	598 18.2%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・グローバル・リターンズ	A	2,107 12.9%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・グローバル・リターンズ	A	1,207 12.7%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	364 11.6%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	114 11.5%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	330 11.2%		
三井UFJ	MSCI-HK-US-Aポートフォリオ	レンドリング	1,186 10.6%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	135 10.3%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	44 9.9%		
三井UFJ	EMU	A	111 9.6%		
三井UFJ	米国高配当株式	リボン	400 9.2%		
三井UFJ	米国高配当株式	リボン	200 9.1%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	97 9.1%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	0 0.1%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	318 0.1%		
三井UFJ	MSCI-HK-US-Aポートフォリオ	レンドリング	718 0.1%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	1,279 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	1,119 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	1,745 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	1,844 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	5,779 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	1,239 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	2,438 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	2,866 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	2,223 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	997 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	250 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	209 0.0%		
MSCI-ACWI	---	A	0 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	184 0.0%		
三井UFJ	MSCI-ACWI	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	レンドリング	I	236 0.0%
三井UFJ	MSCI-ACWI	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	レンドリング	I	831 0.0%
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	181 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	221 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	119 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	88 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	711 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	321 0.0%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	95 7.6%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	238 7.5%		
三井UFJ	FTSE Giga Japan Index (Developed Japan, IC込込み)	I	343 7.3%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	233 7.6%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	246 7.5%		
三井UFJ	MSCI AC Asia ex Japan Index, アジア・ブルー・リターンズ	A	0 7.4%		
三井UFJ	SR, アジア・セイ用	A	67 7.3%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	229 7.2%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	A	260 7.2%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	32 7.5%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	56 7.6%		
三井UFJ	ヨーロッパ・ブルー・リターンズ	I	14 6.5%		
三井UFJ	MSCI AC Asia Pacific, アジア・ブルー・リターンズ	A	1,344 6.5%		
三井UFJ	---	A	9 6.3%		

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 32

1. アスタミューゼ会社紹介

2. サービス紹介

① マテリアリティ/無形資産の可視化を通じた
サステナビリティ向上② 無形資産/非財務情報の可視化を通じた
企業価値向上支援③ 企業価値・サステナビリティ向上に繋がる
知的財産を活用した事業開発

2. サービス紹介 ③企業価値・サステナビリティ向上に繋がる知的財産を活用した事業開発

**自社技術の用途展開による新規事業はオーソドックスではあるが
異分野への応用は自社では気づきにくく網羅的に探索することは難しい**

全くの異分野に自社技術を展開し成功した事例フィルムの薄膜の
主成分はコラーゲンフィルムのコラーゲン技術を
感光層から肌に応用展開

化粧品・医薬品など

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 34

2. サービス紹介 ③企業価値・サステナビリティ向上に繋がる知的財産を活用した事業開発

**自社特許の新規事業の用途可能性は、他社が類似の技術をどのように
活用しているかを参考に把握していくやり方がある**

「排ガス浄化装置」を「飲料の濾過装置」に利用できる可能性

(当初想定用途市場) 排ガス/大気浄化市場



ガス浄化機器事業

開発

活用想定



貴社技術

(想定外用途市場) 機能性食品/飲料市場



お茶飲料事業

追加活用用途

活用可能性有り



特許

出願

牽制



類似他社技術

出願企業	指定技術
大手自動車部品 メーカー A株式会社	排ガス浄化装置 多孔体ガス浄化材

特許審査官が
拒絶理由として引用
事業化阻止
(特許化阻止)

牽制先企業	拒絶された技術
株式会社伊藤園	液体ろ過ミクロ孔吸着剤
キリンビバレッジ株式会社	ガス浄化ナノ多孔体フィルタ
花王株式会社	多孔体プラスチック

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 35

2. サービス紹介 ③企業価値・サステナビリティ向上に繋がる知的財産を活用した事業開発

弊社では、各社の保有技術の類似技術/研究、牽制技術関係を俯瞰的に整理することで想定していない成長市場での特許の活用可能性を探索

ex.A株式会社の保有全特許に関して、全成長市場での用途展開可能性の俯瞰的整理

2025年の有望成長市場

貴社の技術を全て並べる

牽制特許

類似
グラント

市場大分類	エネルギー		モビリティ		農業・食品工業	
	二次電池・キャパシタ	燃料電池・水素吸蔵材料	運動支援・自動運転	軽量化設計車	ブランド作物	機能性食品/飲料
分野名						
物理的または化学的方法または装置一般	牽制数 476 他社 431 貴社 45 類似数 **	牽制数 3 他社 3 類似GT * 類似CF **	牽制数 他社 73 類似CF *			牽制数 2 他社 2 類似GT *
セメント；コンクリート；人造石；セラミックス；耐火物	牽制数 361 他社 314 貴社 47 類似数 **	牽制数 114 他社 73 類似CF *	牽制数 他社 2	牽制数 1 他社 1		牽制数 4 他社 4 類似GT *
測定；試験	牽制数 277 他社 259 貴社 18 類似数 **	牽制数 25 他社 19 類似GT *	牽制数 4 他社 4		牽制数 1 貴社 1	
機械または機関一般；機器設備一般；蒸気機関	牽制数 163 他社 158 貴社 5 類似数 **	牽制数 2 他社 2 類似GT *				

想定通りの牽制関係

環境評価の技術が想定していなかった機能性食品/飲料 市場に活用できる可能性

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 36

2. サービス紹介 ③企業価値・サステナビリティ向上に繋がる知的財産を活用した事業開発

もちろん、技術の用途探索先は『成長産業』だけではなく
『社会課題・SDGs』を出口とした形でも網羅的に探索可能

特定企業の保有技術/特許 × 社会課題マトリックス

解決すべき社会課題

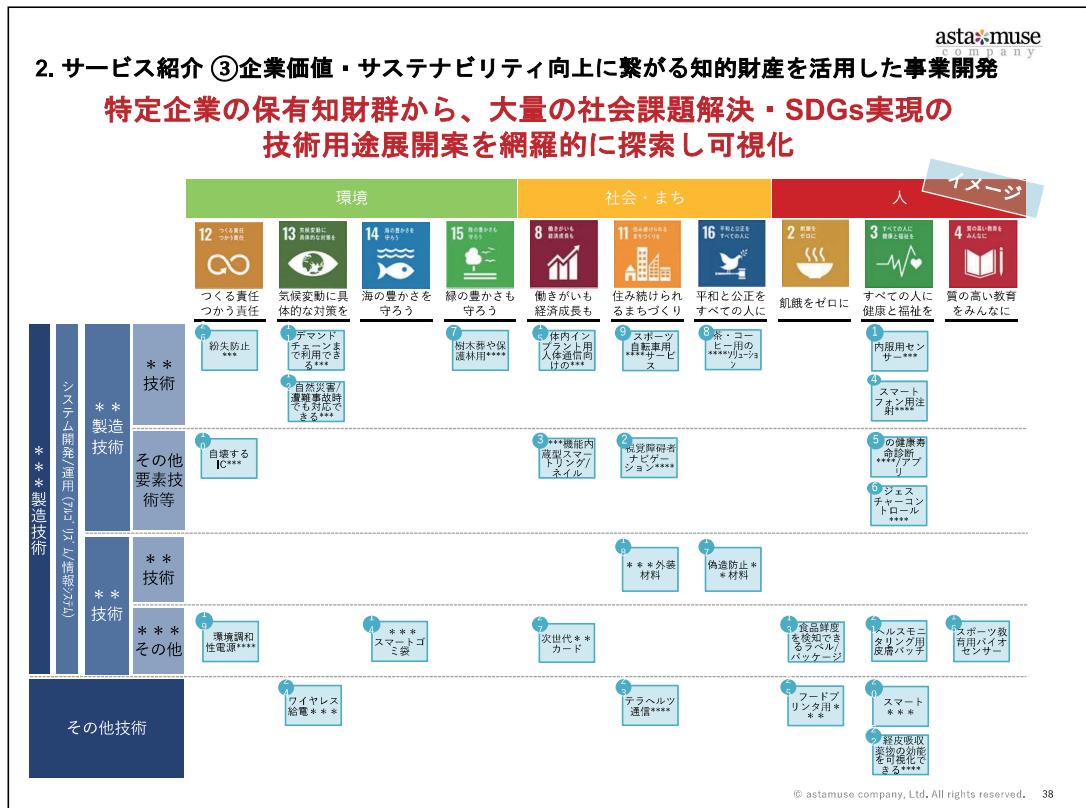
Sample

EX 大手メーカーの自社技術

貧困や格差のない社会を実現する	有害物質による健康被害を低減する社会を実現する	健康寿命の長い社会を実現する	河川湖沼環境の水質を維持する	排出量低減・回収・を保全し持続可能な資源化によりごみ・廃棄物を低減する社会を実現する	持続可能なエネルギーを利用する社会を実現する	持続可能な産業構造により環境や健康への影響を最小化する社会を実現する
牽制数 16519 他社 11903 自社 4616	牽制数 303 他社 218 自社 85	牽制数 47 他社 28 自社 19	牽制数 38 他社 29 自社 9	牽制数 162 他社 103 自社 59	牽制数 21 他社 20 自社 1	牽制数 302 他社 217 自社 85
農業；林業；畜産；漁業；漁業	牽制数 16 他社 14 自社 2		牽制数 2 他社 2	牽制数 3 他社 1 自社 2 牽制数 1 他社 1		牽制数 1 他社 1
食品または食料品；他のクラスに包含されない（それらの処理）	牽制数 3 他社 3	牽制数 1 他社 1			牽制数 1 他社 1	
家具；家庭用品または家庭用設備；ヨーロッパ；書類；衛生学；医療；医療；医療；医療；衛生学	牽制数 23 他社 22 自社 1	牽制数 1 他社 1			牽制数 1 他社 1	
物理的または化学的方法または機器一般	牽制数 302 他社 241 自社 61	牽制数 21 他社 17 自社 4	牽制数 11 他社 10 自社 5	牽制数 4 他社 2 自社 2	牽制数 21 他社 17 自社 4	牽制数 1 他社 1
機器体	牽制数 397 他社 317 自社 80	牽制数 22 他社 20 自社 2	牽制数 14 他社 11 自社 3	牽制数 25 他社 18 自社 7	牽制数 7 他社 7 自社 2	牽制数 22 他社 20 自社 2
水、雨水、下水または汚泥の処理	牽制数 171 他社 107 自社 64	牽制数 7 他社 4 自社 3			牽制数 7 他社 4 自社 3	牽制数 1 自社 1
	牽制数 83 他社 44 自社 39	牽制数 1 他社 1		牽制数 61 他社 28 自社 33	牽制数 2 他社 1	牽制数 3 他社 2 自社 1

次ページ

© astamuse company, Ltd. All rights reserved. 37



asta  muse
company



VALUENEX

グローバル知財戦略フォーラム2022
パネルディスカッション
日時：2022/02/22 13:00-14:45
場所：オンライン

See what others can't.

INTANGIBLE TO TANGIBLE

見てないものを可視化する

Tatsuo Nakamura
VALUENEX CEO & Founder

Agenda

- 01** VALUENEXとは？
- 02** WHITE SPACE / ホワイトスペース
- 03** EXPONENTIAL CURVE / 指数関数的変化
- 04** HIDDEN GEMS / 隠された秘宝
- 05** CONCLUSION / 結論

VALUENEX







Tatsuo Nakamura 中村 達生

President & Founder, VALUENEX

San Francisco Bay Area & Tokyo

15+ YEARS

Mitsubishi Research Institute
Consultant • Operations | IP | Data Mining

4 YEARS

University of Tokyo
Faculty Member

15+ YEARS

Waseda University
P/T Lecturer • Big Data analysis methods

2006

VALUENEX founded
Big Data & Predictive Analytics company

2018

VALUENEX listed
on Tokyo Stock Exchange

www.linkedin.com/in/tatsuo-nakamura-78b46a10

2019 US – Japan Innovation Award
JAPIO Presidents Award



© 2022 VALUENEX

VALUENEX

VALUENEX at a glance / VALUENEXとは？

VALUENEX is a big data predictive analytics company that specializes in **text data visualization through its proprietary algorithms** to detect trends and white spaces focusing on **strategy development and decision guidance** – performing 100+ **consultation projects** per year to leading companies and public institutions – as well as an **analytics platform licensor**.



45% Global Fortune500
Japanese companies



250+
MAJOR CORPORATE
CLIENTS



72% Thomson Global Innovator 100
Japanese companies



20+
INDUSTRIES

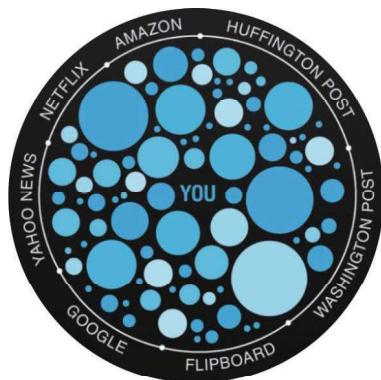
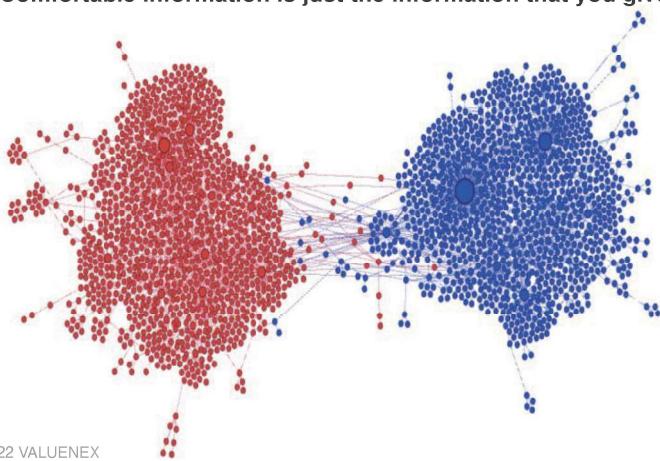
© 2022 VALUENEX

Echo Chambers and Filter Bubbles / エコーチェンバーとフィルターバブル

VALUENEX

People mistakenly believe that they have access to the world's information. In fact, they are trapped in 'comfortable information'.

Comfortable information is just the information that you give off that bounces back to you.

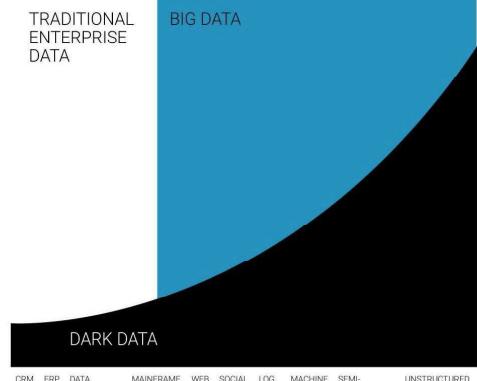


© 2022 VALUENEX

We are influenced by
data we cannot see.

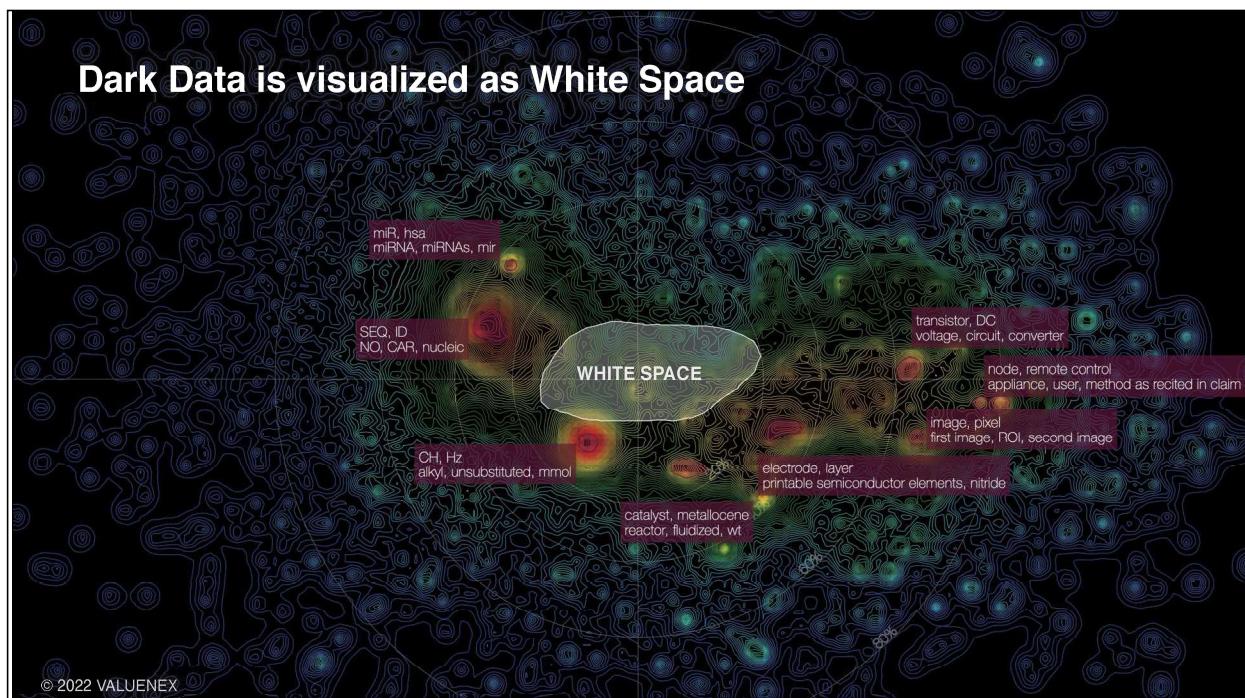
VALUENEX

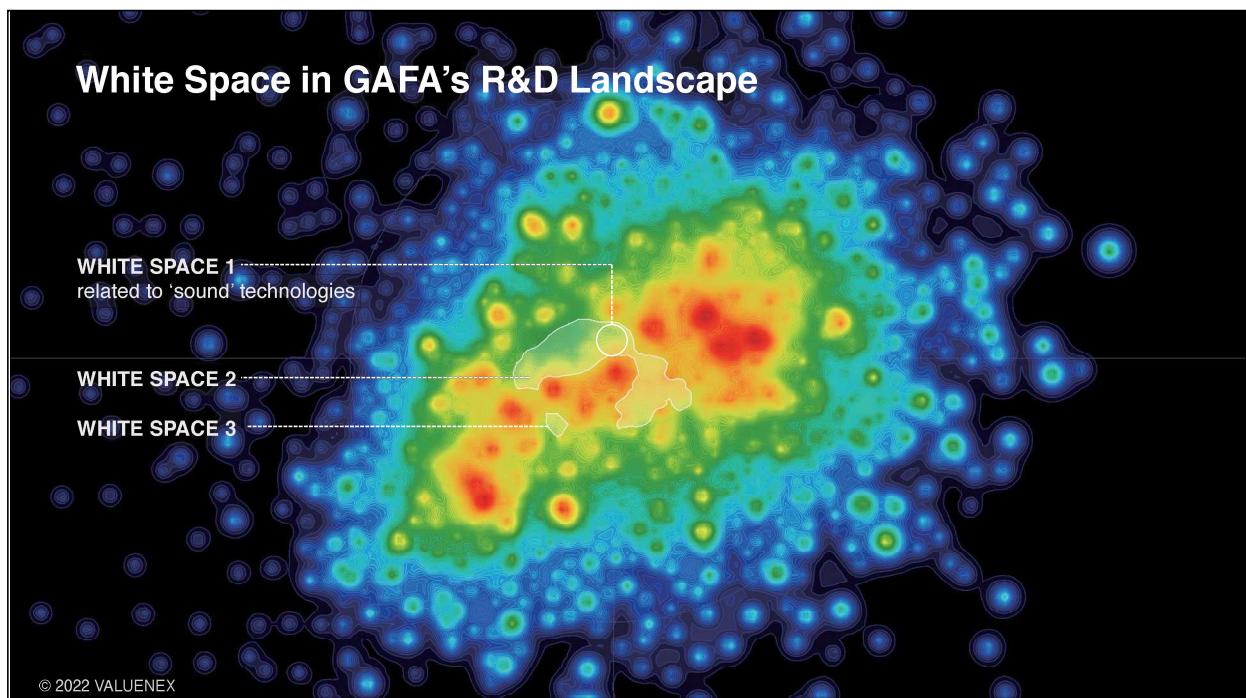
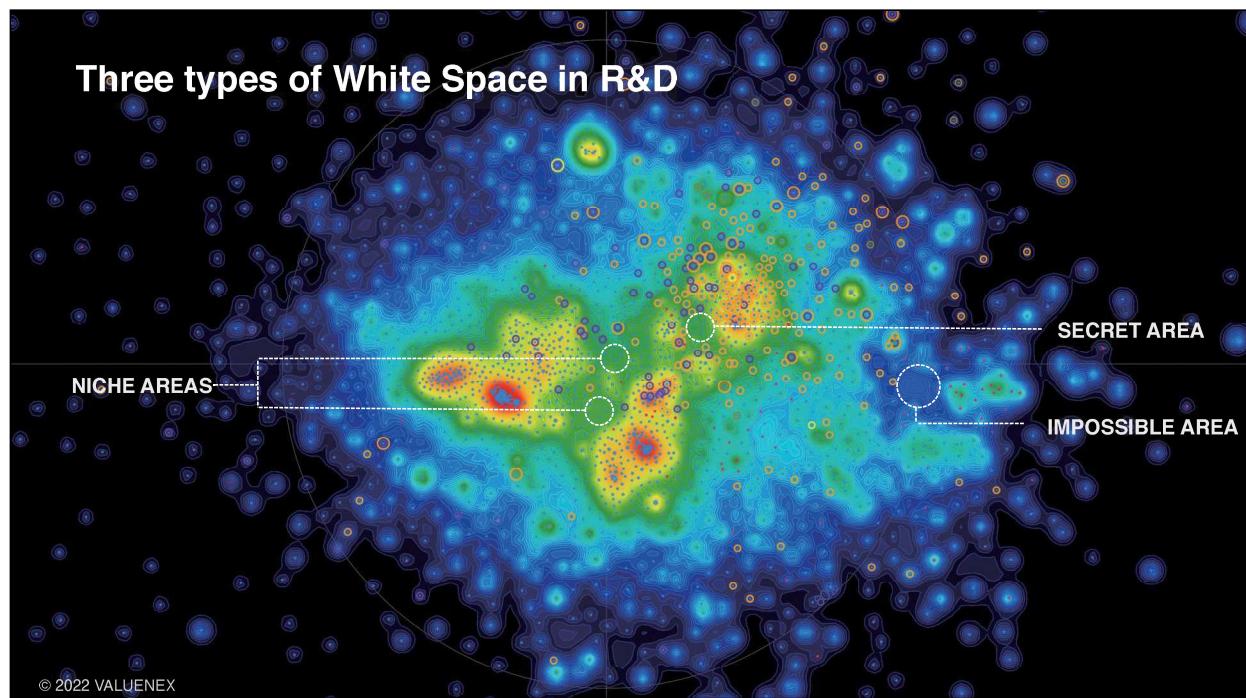
WHERE DARK DATA LIES



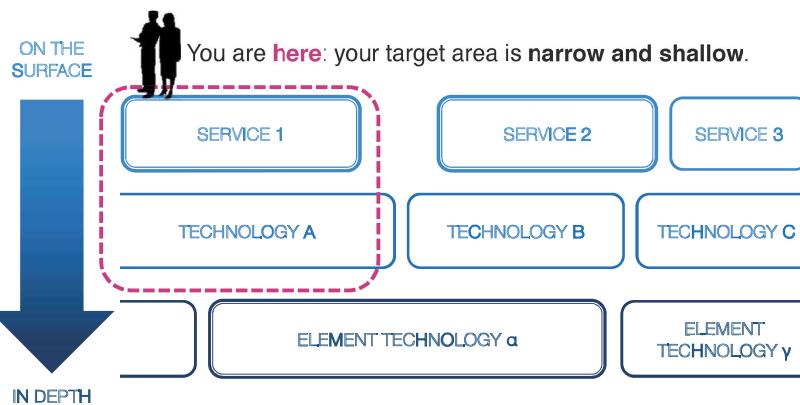
<https://medium.com/untrite/what-is-the-dark-data-and-why-should-organisations-start-looking-into-it-61cdba7aab8f>

© 2022 VALUENEX



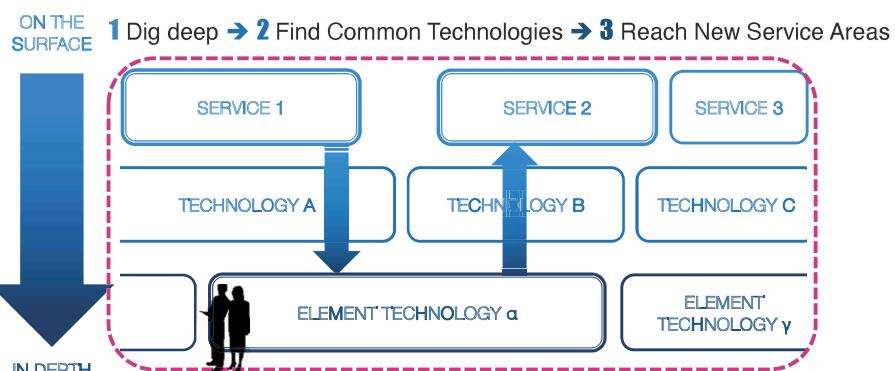


Method to Discover New Services...



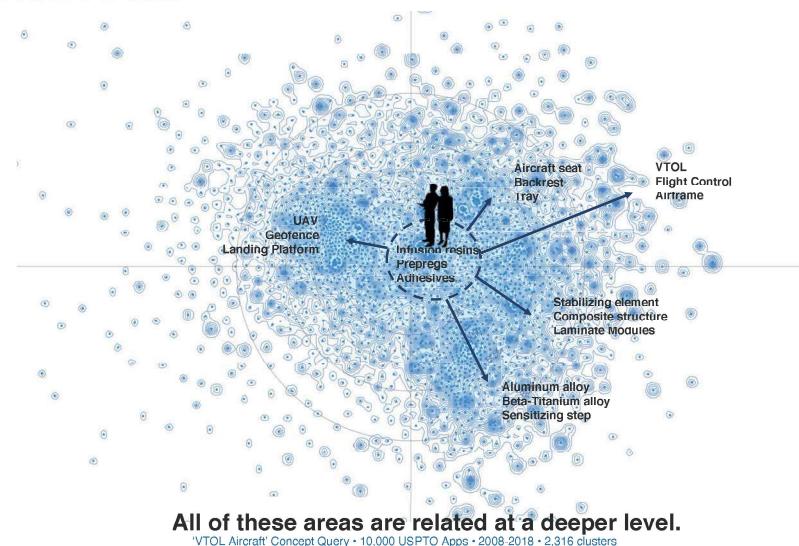
© 2022 VALUENEX

...with Panoramic View

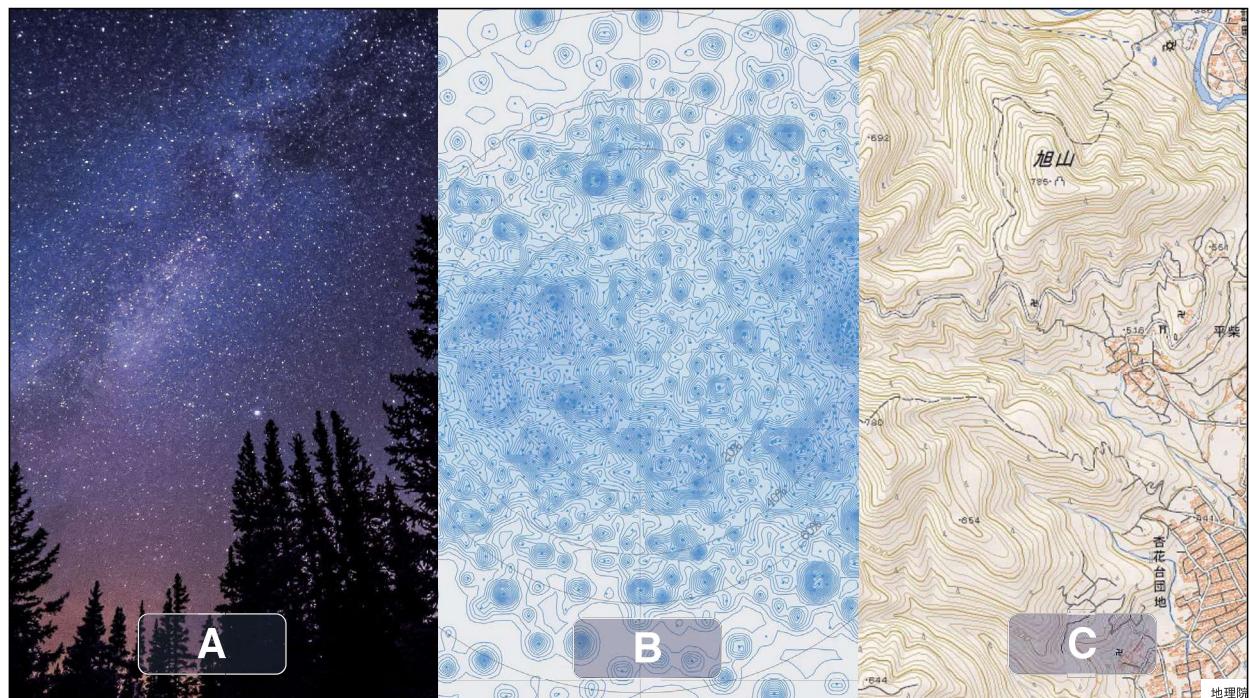


© 2022 VALUENEX

Reach New Areas



© 2022 VALUENEX



VALUENEX

Lotus flowers spread faster than you'd expect!

The graph shows a blue curve starting at 0% and rising sharply towards 100%. A vertical red arrow points upwards, and a horizontal blue double-headed arrow below it spans approximately 10 days. The text "Just 1 day!" is written at the bottom of the graph area.

© 2022 VALUENEX

VALUENEX

Number of Electric Vehicles increasing exponentially

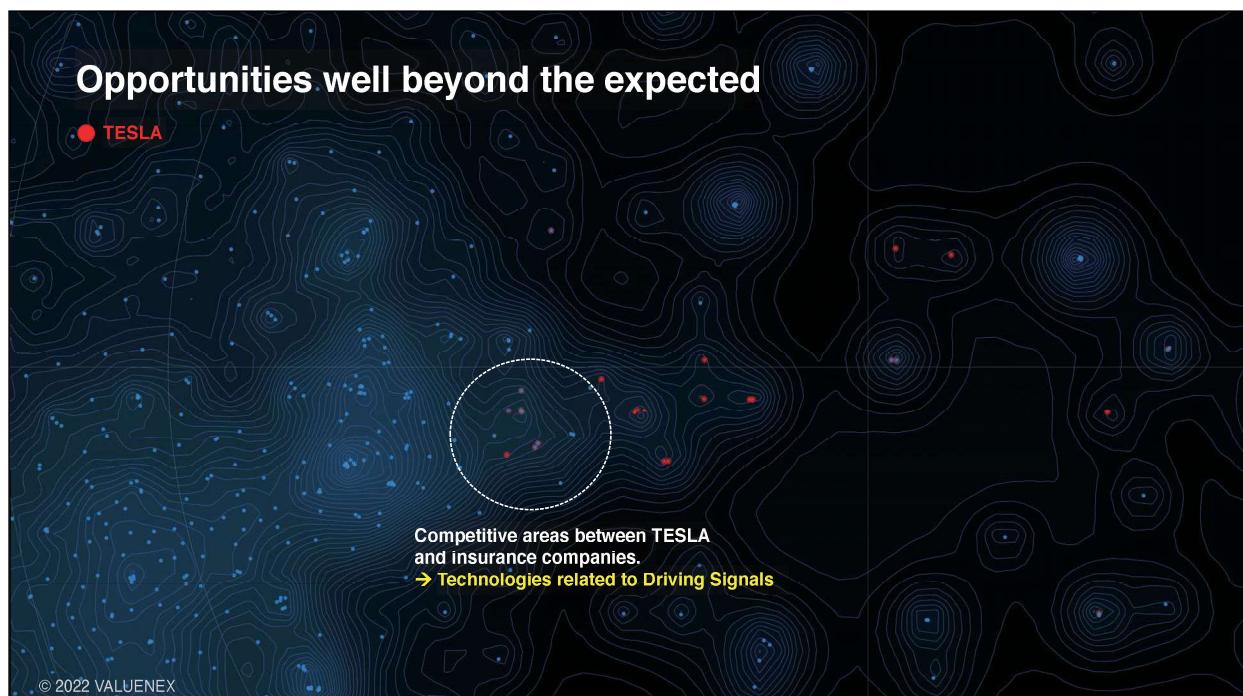
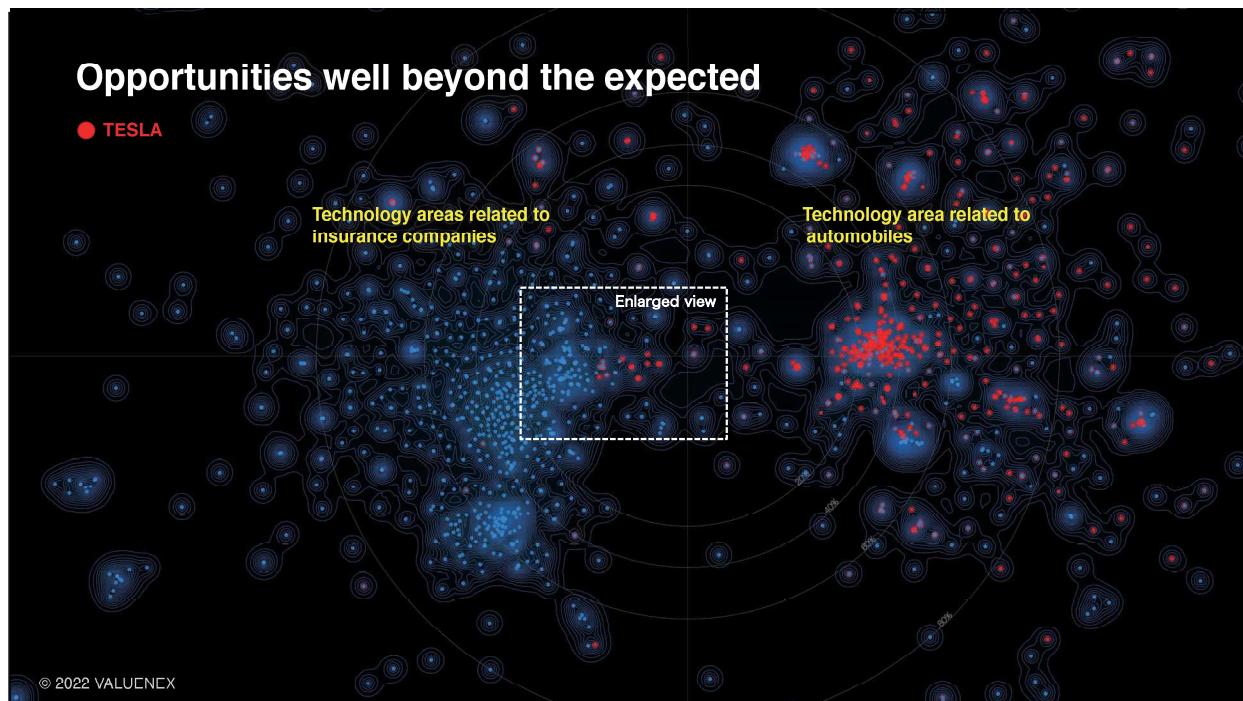
In 2019, the worldwide market share of electric cars was at 2.6%

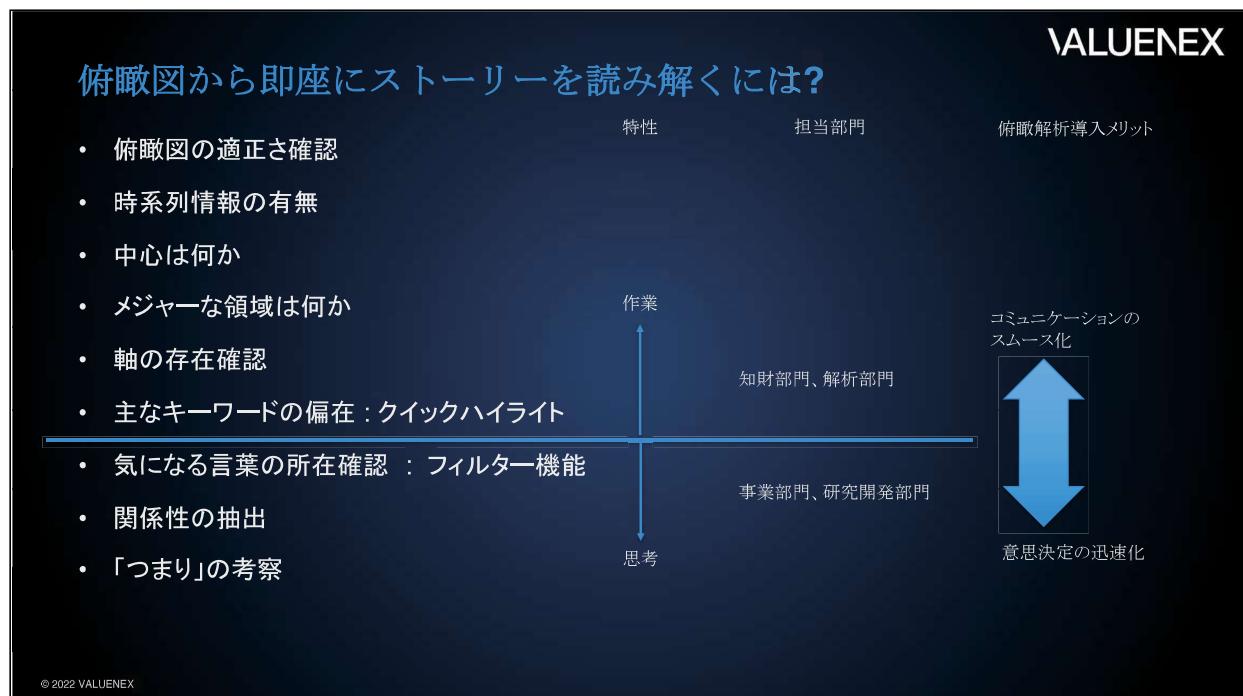
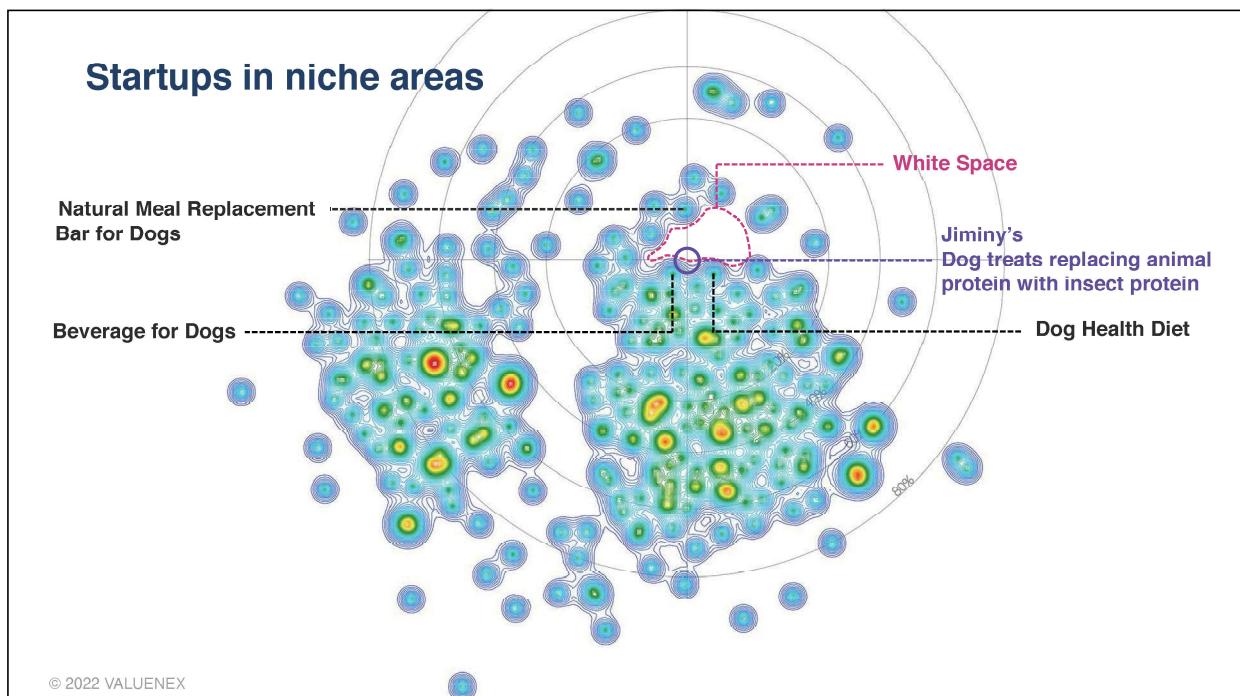
How many years do traditional automobile companies have to change their business?

Year	Global electric car stock (million)
2010	~0.1
2011	~0.2
2012	~0.4
2013	~0.8
2014	~1.5
2015	~2.5
2016	~4.0
2017	~6.5
2018	~10.0
2019	~14.0
2020	~20.0
2021	~30.0
2022	~45.0
2023	~65.0

Source : Global EV Outlook 2020

© 2022 VALUENEX





Conclusion

- ・ 指数関数的な変化の時代に突入
- ・ 過去の延長だけでは未来は予測できない
- ・ 本来あるべきデータ(ダークデータ)、まだ未踏のエリア(ホワイトスペース)を俯瞰的かつ客観的に可視化することから始めるべき
- ・ データの背後にあるストーリーを読み解きビジネスに繋げる

気づきの創出、合意形成の時間短縮、再現性の向上、そして、予期せぬ変化への復元力(レジリエンス)の獲得

VALUENEX

VALUENEX
intellectual innovator

FOR MORE INFORMATION:

www.valuenex.com
customer@valuenex.com

グローバル知財戦略フォーラム2022

特許庁における知財情報活用

(年次報告書、出願動向調査、IPランドスケープに係る調査研究)

2022年2月22日

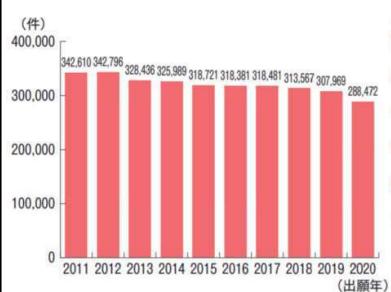
特許庁 総務部 企画調査課長 仁科雅弘



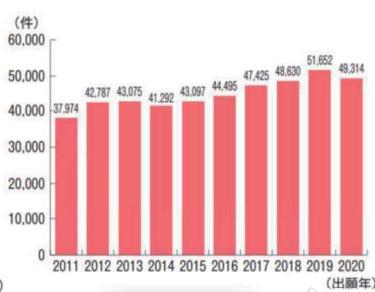
我が国の特許出願件数／PCT国際出願件数／審査請求件数

- 特許出願件数は減少傾向が続いている。
- 日本国特許庁を受理官庁とする国際特許出願（PCT国際出願）は増加傾向にある。
- 審査請求件数は横ばいで推移している。

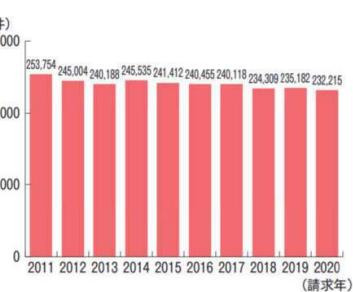
1-1-1図【特許出願件数の推移】



1-1-2図【PCT国際出願件数の推移】



1-1-3図【審査請求件数の推移】



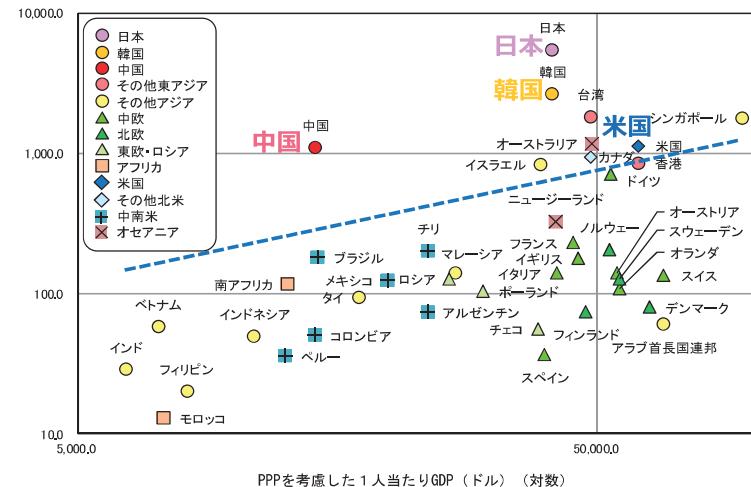
出典：特許行政年次報告書2021年版



特許出願技術動向調査（マクロ調査）

- 世界規模での特許出願動向の基礎資料として、各国・機関における動向調査を実施。
- **日本は、1人当たりGDPを考慮しても、特許の件数規模が多いことが認められる。**

図4-7 1人当たりGDP（PPP）と各国（地域）の人口（百万人）当たりの公開（登録）件数との関係（2017年）

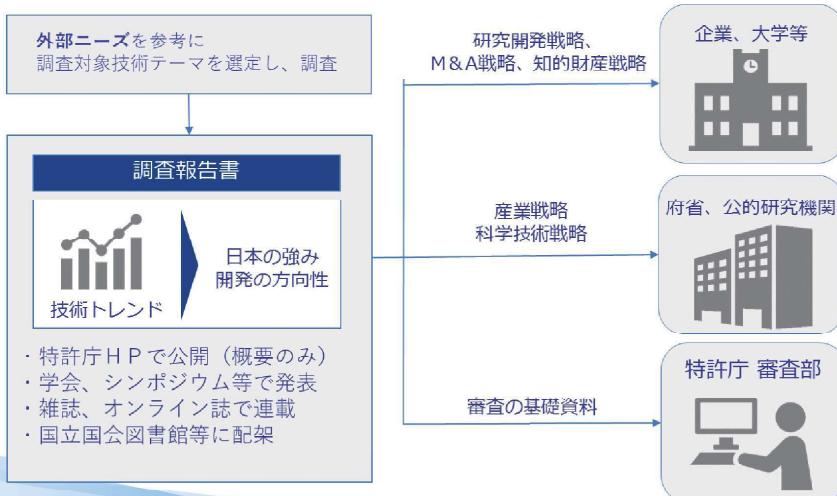


出典：令和2年度 特許出願動向調査-マクロ調査-

2

特許出願技術動向調査（技術テーマ別）

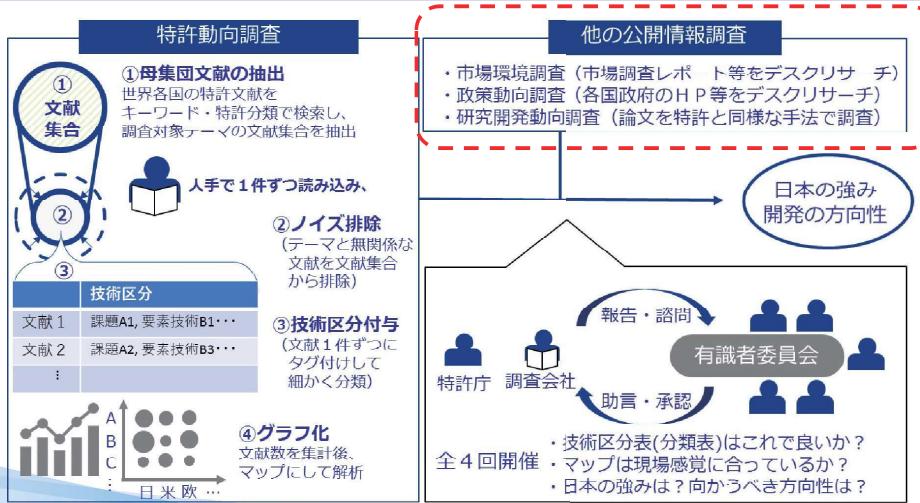
- 「特許出願技術動向調査」は、**注目度の高い技術テーマを対象**に、その出願動向等を調査して技術トレンドをつかみ、日本の研究開発の方向性を見定めるもの。
- 調査結果は報告書としてまとめられ、**特許審査の基礎資料**として、また、**企業・大学・研究機関等が研究開発戦略等を策定するための基礎資料**として活用される。



3

技術テーマ毎の調査手法

- 特許動向その他の公開情報調査を行い、**有識者委員会からの助言等**を踏まえつつ、**日本強み等を分析**し、日本の企業等が目指すべき研究開発の方向性を取りまとめる。
- 特許動向調査にあたって、調査会社の**解析者が特許文献を1件ずつ読み込み**、ノイズ排除・技術区分付与を行うことにより、**精度の高い解析**を実施。



4

調査技術テーマ／意匠・商標出願動向調査

平成11年度	1 特許から見た食料安全保障の検証 2 特許から見た容器包装分野の環境技術の現状と今後の課題 3 バイオテクノロジーの環境技術への応用 4 個人認証を中心とした情報セキュリティ
令和2年度	1 スマート農業 2 觸覚センシング 3 Mobility as a Service 4 プラスチック資源循環 5 中分子医薬 6 機械翻訳 7 撮像装置における画像処理

平成11年度以降、約280テーマの調査を実施

令和3年度（調査中）
教育分野における情報通信技術の活用
手術支援ロボット
ウイルス感染症対策
GaNパワーデバイス

令和4年度（調査予定）
LiDAR
スマート物流
ヒト幹細胞関連技術
ミリ波帯のMIMO及びアンテナ技術 (5Gへの応用を含む分析)
カーボンニュートラルに向けた 水素・アンモニア技術（製造から利用まで）

意匠出願動向調査（マクロ調査）

日米欧中韓及び台湾の国際的な意匠登録動向を調査

商標出願動向調査（マクロ調査）

日本、米国、欧州連合知的財産庁（EUIPO）、欧州諸国、中国、韓国、ブラジル、ロシア、インド、メキシコ及び代表的なアジア諸国等の商標出願動向を調査

5

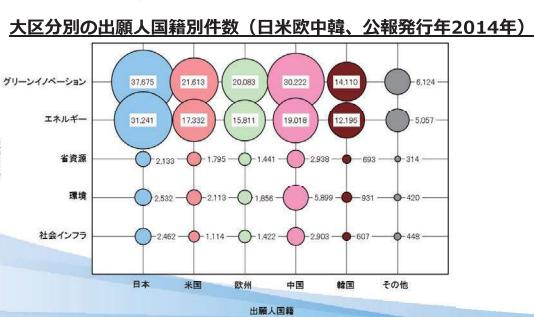
特許出願技術動向調査（環境分野マクロ調査）

- **環境分野**での日本の技術競争力の状況を明らかにするため、平成26年度に実施。
 - 環境関連技術を独自に区分。各技術区分に、対応する特許検索式を設定。

6

特許出願技術動向調査（環境分野マクロ調査）

- 設定した技術区分と検索式を用いて、全体及び各区分ごとの件数動向を調査・分析。



- 平成26年度から、各国の特許動向は大きく変化している可能性がある。
 - 環境関連技術も変化しており、最新の技術区分による調査が必要。

見直した技術区分及び検索式により、
令和4年度に調査を実施予定。
技術区分表は先行公表予定。

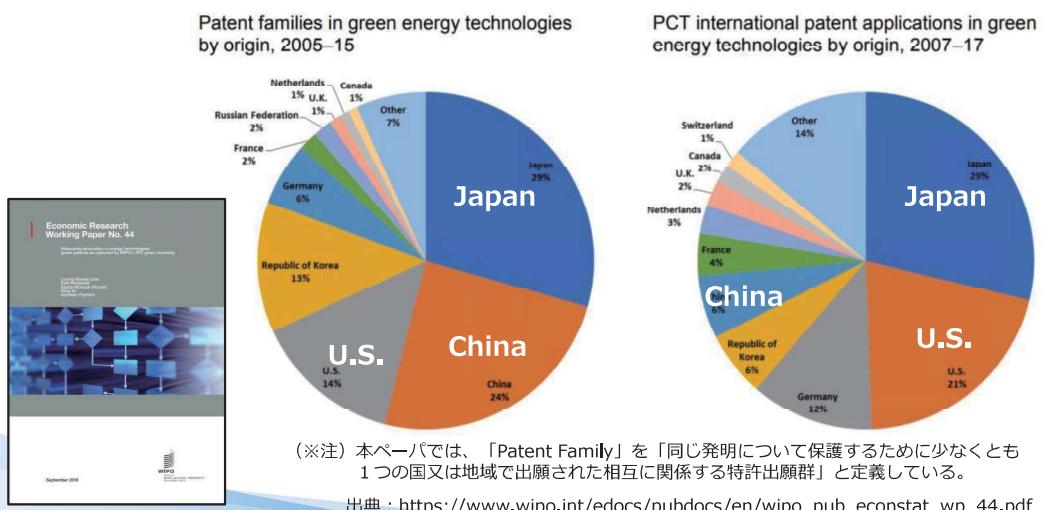
7

WIPO Economic Research Working Paper No. 44

- WIPO IPC Green Inventory (※)をもとに、環境親和的技術の動向を分析。
- 日本国籍出願人に環境親和的技術の蓄積がなされていることを示唆。

(※) <https://www.wipo.int/classifications/ipc/green-inventory/home>

Figure 5: Green energy patent filings by origin

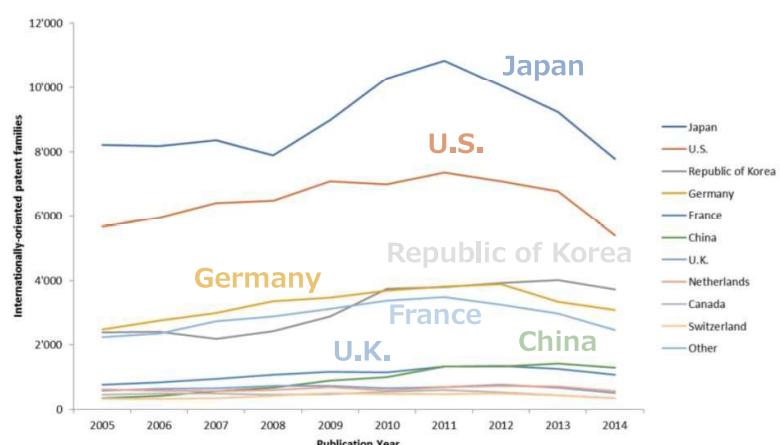


8

WIPO Economic Research Working Paper No. 44

- 2カ国以上の国で出願された環境親和的技術に関するパテントファミリーの件数では日本国籍出願人が首位を維持してきている（2018年の調査時点）。

Figure 6: Internationally-oriented patent families in green energy technologies by origin, 2005–2014

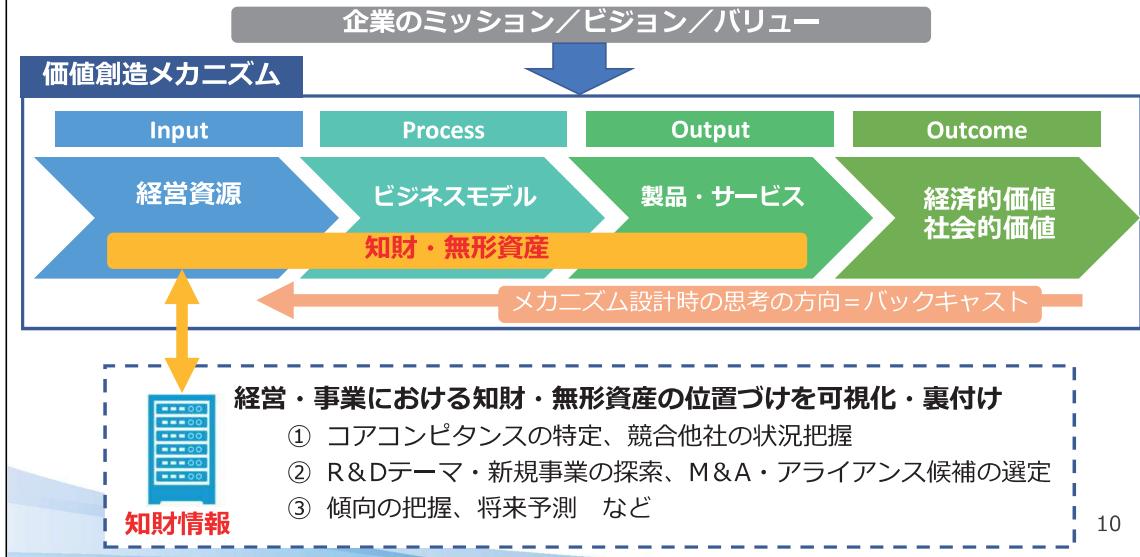


出典：https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_econstat_wp_44.pdf

9

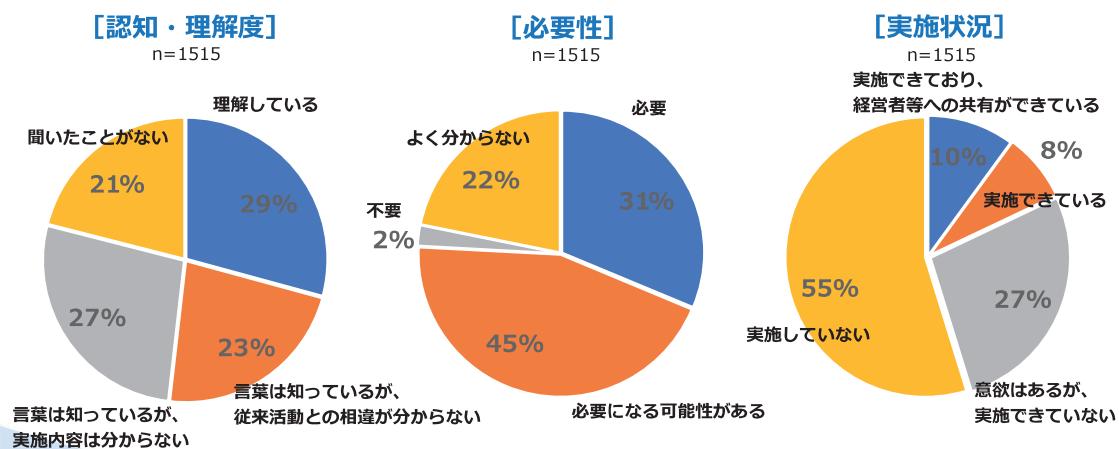
IPランドスケープとは

- IPランドスケープとは、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。その結果に基づいて、意思決定が行われる。



IPランドスケープに関するアンケート結果

- 【認知・理解度】IPランドスケープという言葉を知っている者は約8割。その内、IPランドスケープを理解している者は約3割。
- 【必要性】IPランドスケープが必要と回答した者は約8割。
- 【実施状況】IPランドスケープを十分に実施できている者は約1割。

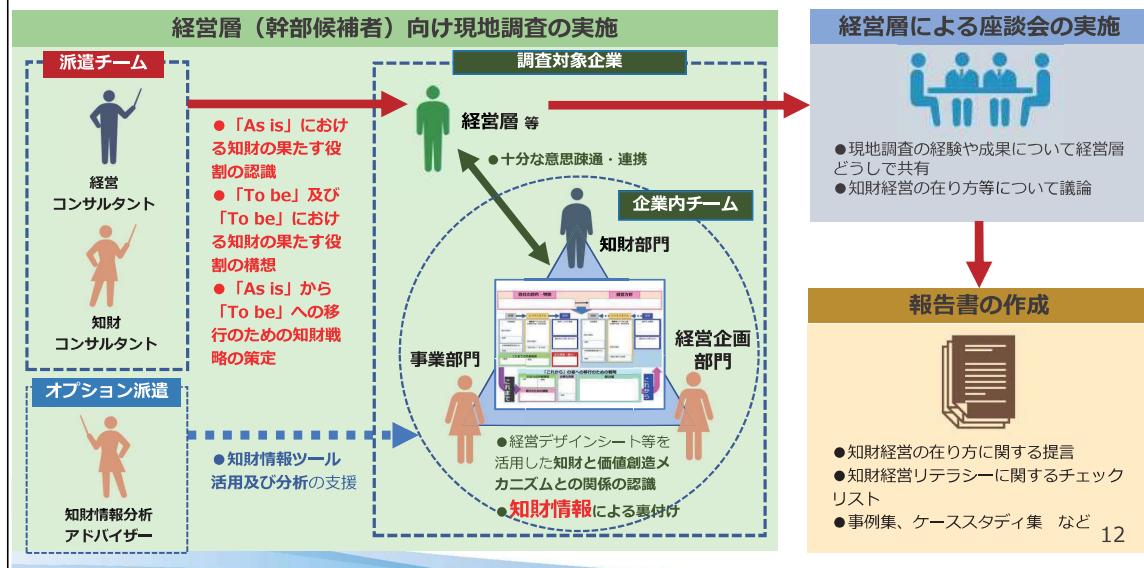


出典：経営戦略に資する知財情報分析・活用に関する調査研究

11

企業経営へのIPランドスケープ活用に係る調査研究（予定）

■ 調査対象企業において、経営層と知財部門を含む企業内チームとの十分な意思疎通・連携のもと、中長期的な事業成長に資する知財戦略を知財情報を活用しつつ策定・実践することを通じ、知財経営を企業に浸透させるために必要な事項を調査研究。



経営に知財を生かす事例集を提供しています



ありがとうございました

