

生成AI（LLM）が変える特許分析：事業機会探索の新たなパラダイム

従来手法 vs. LLM活用フレームワーク

従来手法



キーワード依存
表面的な頻出語分析

「意味」の理解が難しく、膨大な時間とコストを要していました。



時間・コスト・主観の壁

「意味」の理解が難しく、膨大な時間とコストを要していました。

LLM活用フレームワーク



「キーワード」から「文脈」への転換

LLMによる技術的課題と解決手段の意味的理解へ進化。



定性的インサイト

分析の「分断」をAIが解消

定量分析（全体動向）と定性分析（個別評価）を同一のAI基盤でシームレスに統合。



数ヶ月の分析を「数時間」へ短縮

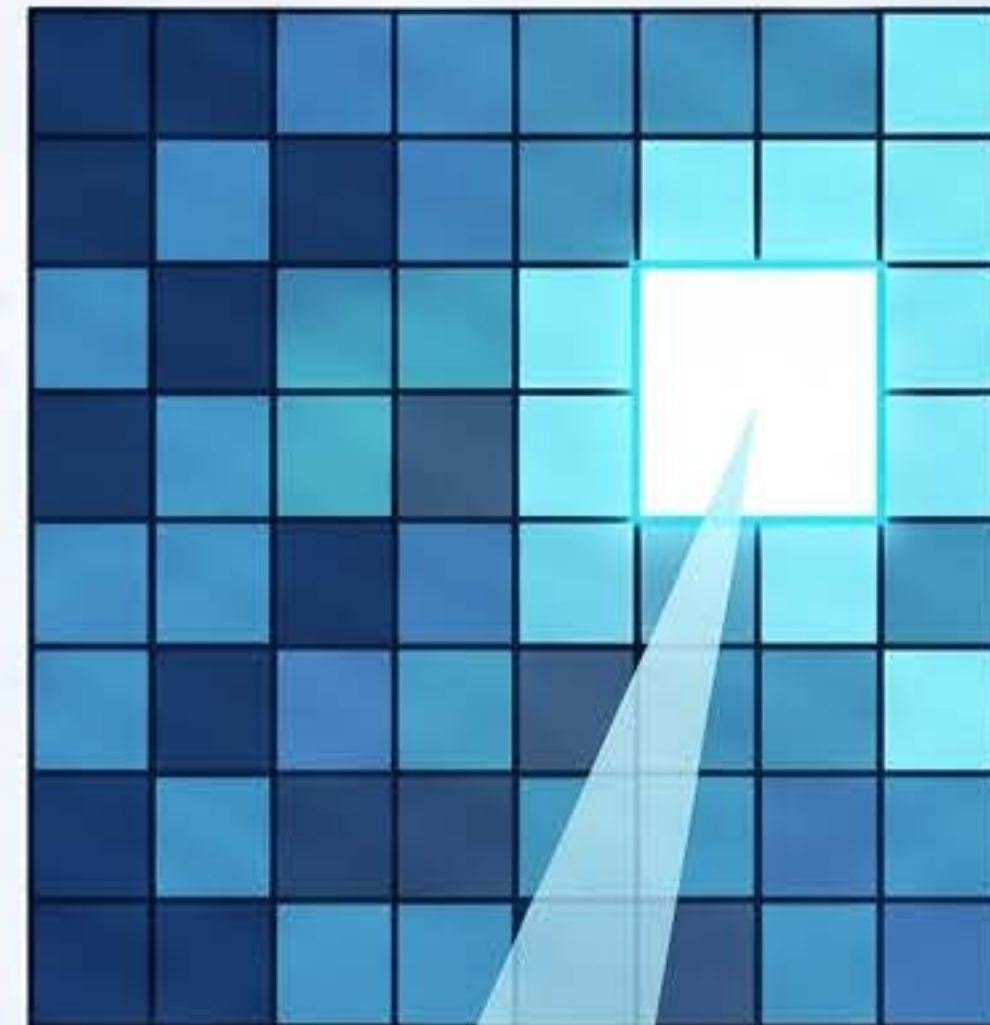
専門家が長時間かけていた1,000件規模の特許分類・評価を、LLMにより劇的に高速化。

VS.

事業機会を導く4つのステップ

Step 1 & 2：機会領域（ブルーオーシャン）の特定

技術的課題 (Challenges)



解決手段 (Solutions)

空白領域（ブルーオーシャン）をヒートマップで可視化。

Step 1 & 2：機会領域（ブルーオーシャン）の特定

特許を「課題×解決手段」で構造化し、出願が希薄な空白領域をヒートマップで可視化。

Step 3：5つの評価軸によるターゲットの絞り込み

- 技術的独自性 10 / 10
既存技術との明確な差別化・新規性
- 市場潜在性 9 / 10
深刻な顧客課題と大きな市場規模
- T社の強み活用 高
自社アセットとの高いシナジー
- 参入障壁 高 / 10
競合の少なさ・参入障壁の高さ
- 競合、展開性 高 / 10
事業拡張性・シナジーの高さ

Step 3：5つの評価軸によるターゲットの絞り込み

独自性、市場性、参入障壁、競合、展開性の軸でLLMが特許群を客観的にスコアリング。

Step 4：一気通貫での事業コンセプト生成



事業コンセプト

価値提案

製品ロードマップ

Step 4：一気通貫での事業コンセプト生成

絞り込んだ領域に基づき、価値提案から製品ロードマップまでをLLMと共同で構築。