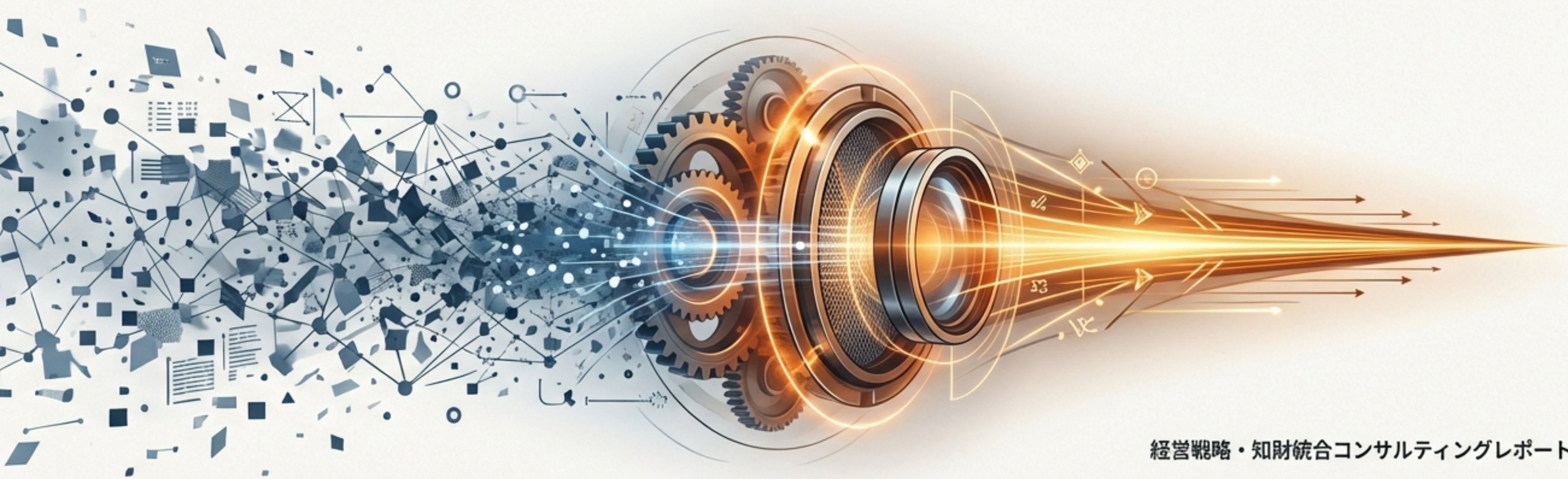


IPランドスケープのパラダイムシフト： 分析から「濾過」へ

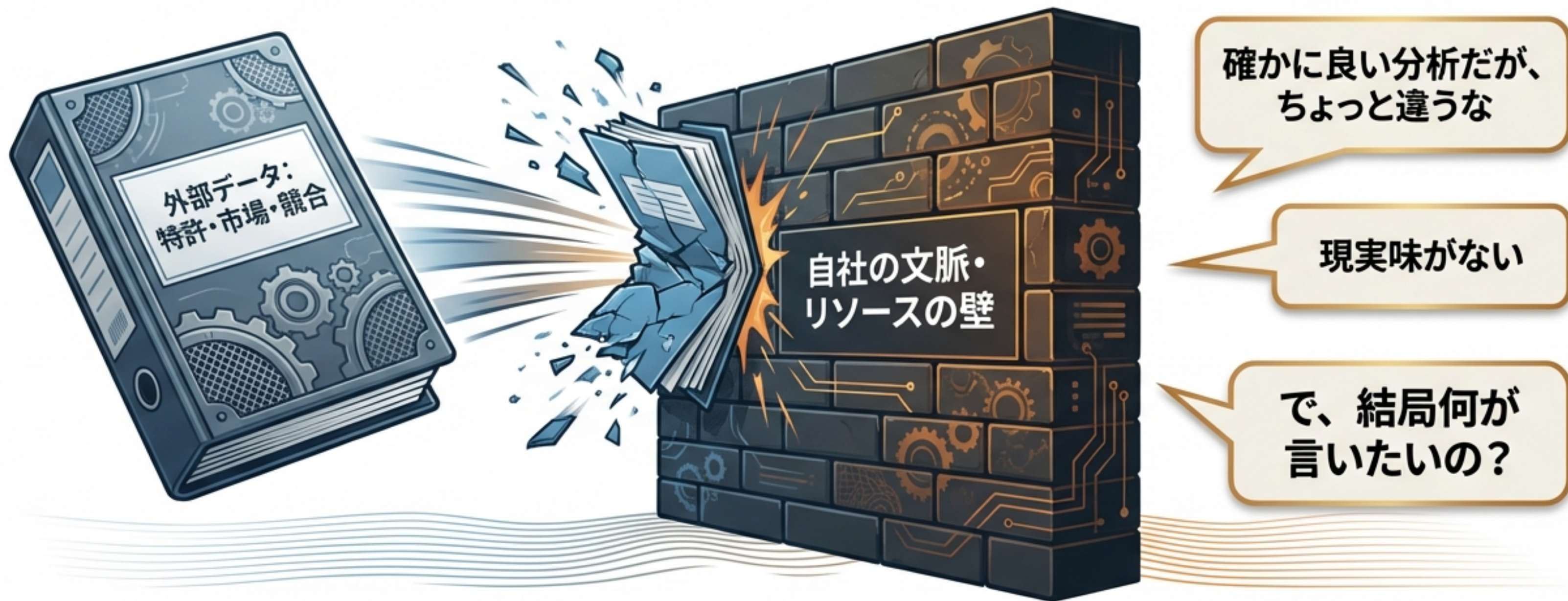
なぜ精緻な知財レポートは経営会議で一蹴されるのか。
データ分析を「経営の意思決定ツール」へと昇華させるための構造的アプローチ。



精緻な分析レポートが、経営層の「で？」という一言で跳ね返される現実

多大な工数をかけて特許情報や市場データを統合分析したIPランドスケープ (IPL)。論理的には完璧なはずの提言が、経営層や事業部門幹部に受け入れられないケースが散見されます。分析の精度が低いからではありません。原因は別の場所にあります。

The Rejection Wall



根本原因：外部情報への過度な依存と、内部情報との統合の欠如

外部情報のみに基づく分析は、市場の「客観的な事実」を正確に捉えます。しかし、それを自社の「主観的な現実」と結びつけるプロセスが欠落しているため、提言が単なる一般論や評論家的な意見に終わってしまいます。



外部情報依存型IPLが抱える「3つの構造的病理」



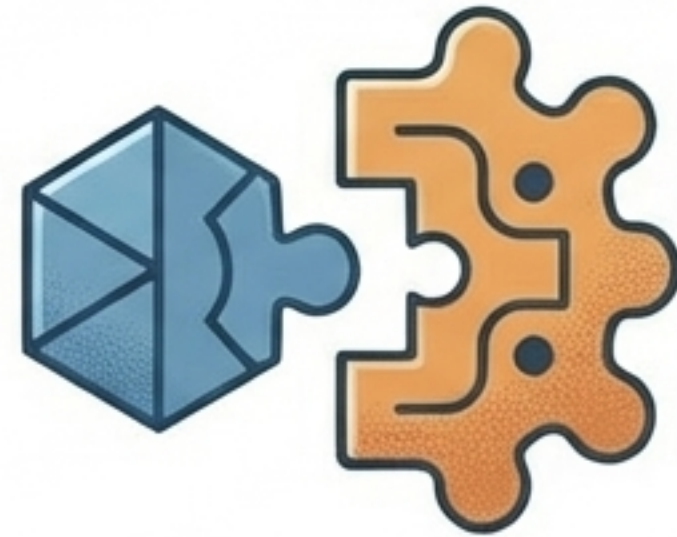
文脈の乖離

Context Disconnect

症状

経営課題との不一致、自社の「真の強み」の誤認。

「現場の実態を分かっていない」



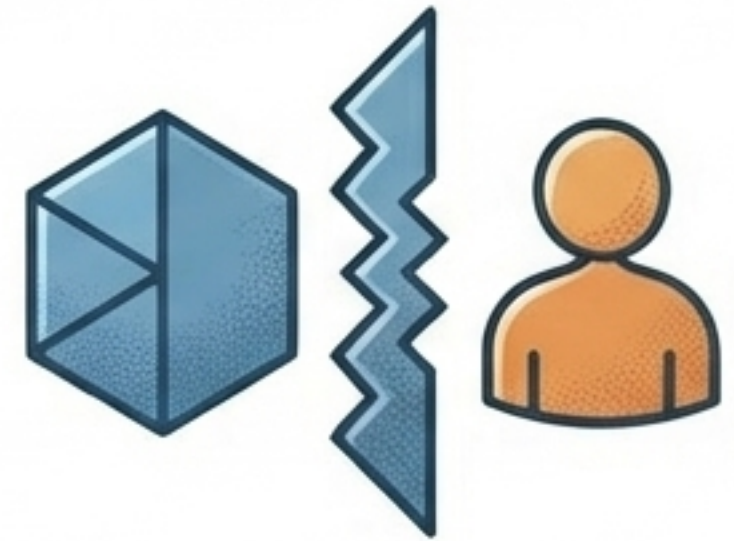
実行可能性の欠如

Feasibility Deficit

症状

リソースやケイパビリティの無視、既存の戦略ストーリーとの不整合。

「絵に描いた餅だ」



当事者意識の醸成失敗

Ownership Failure

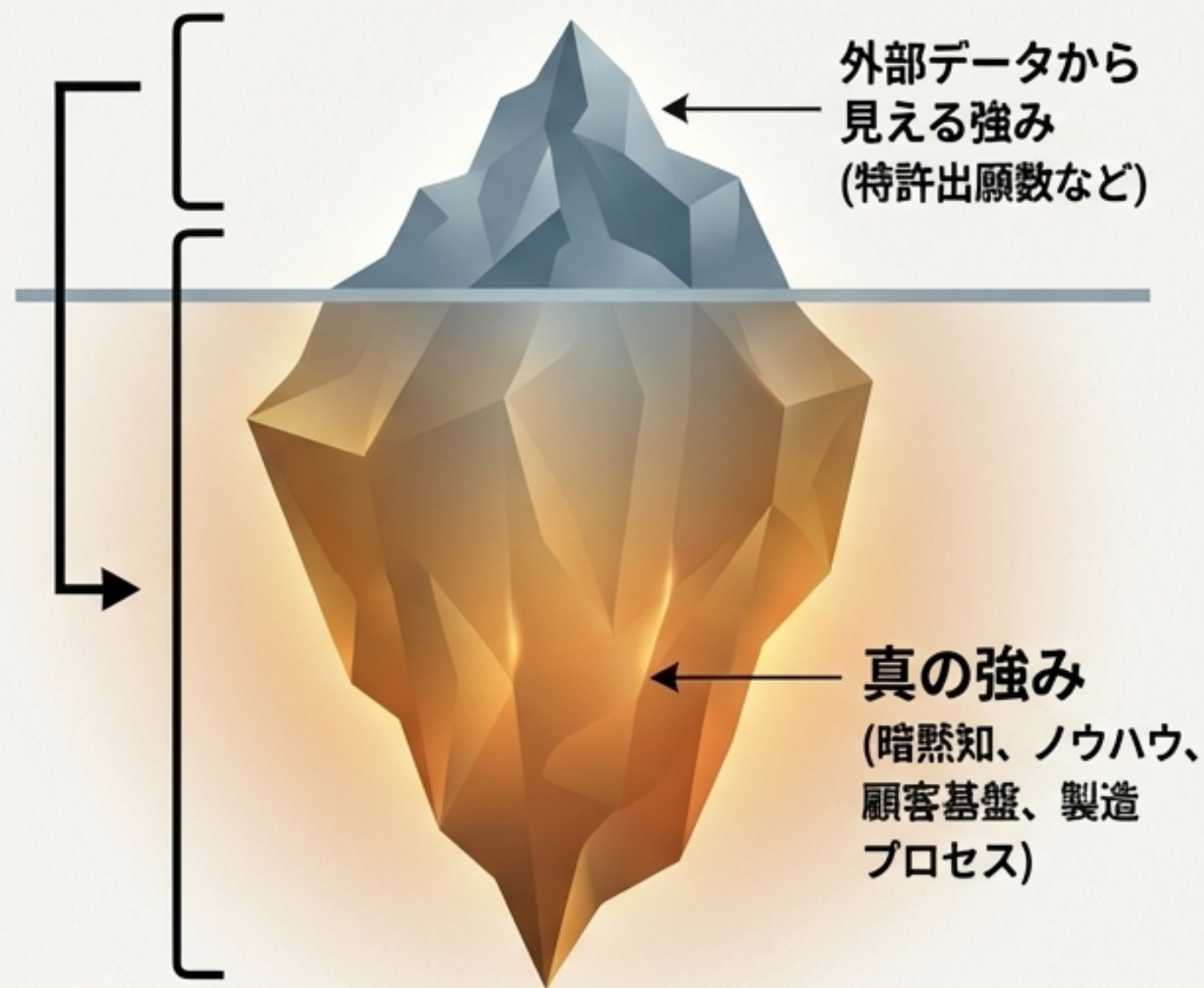
症状

「外から目線」による反発、共通言語の欠如。

「専門用語ばかりで響かない」

課題1：客観的データは、現場の「真の強み」を見落とす

The Problem



The Prescription

処方箋：内部環境の徹底的な深掘り

1. 現場ヒアリングの実施

データと現場認識のギャップを埋め、納得感のある強みを再定義する。

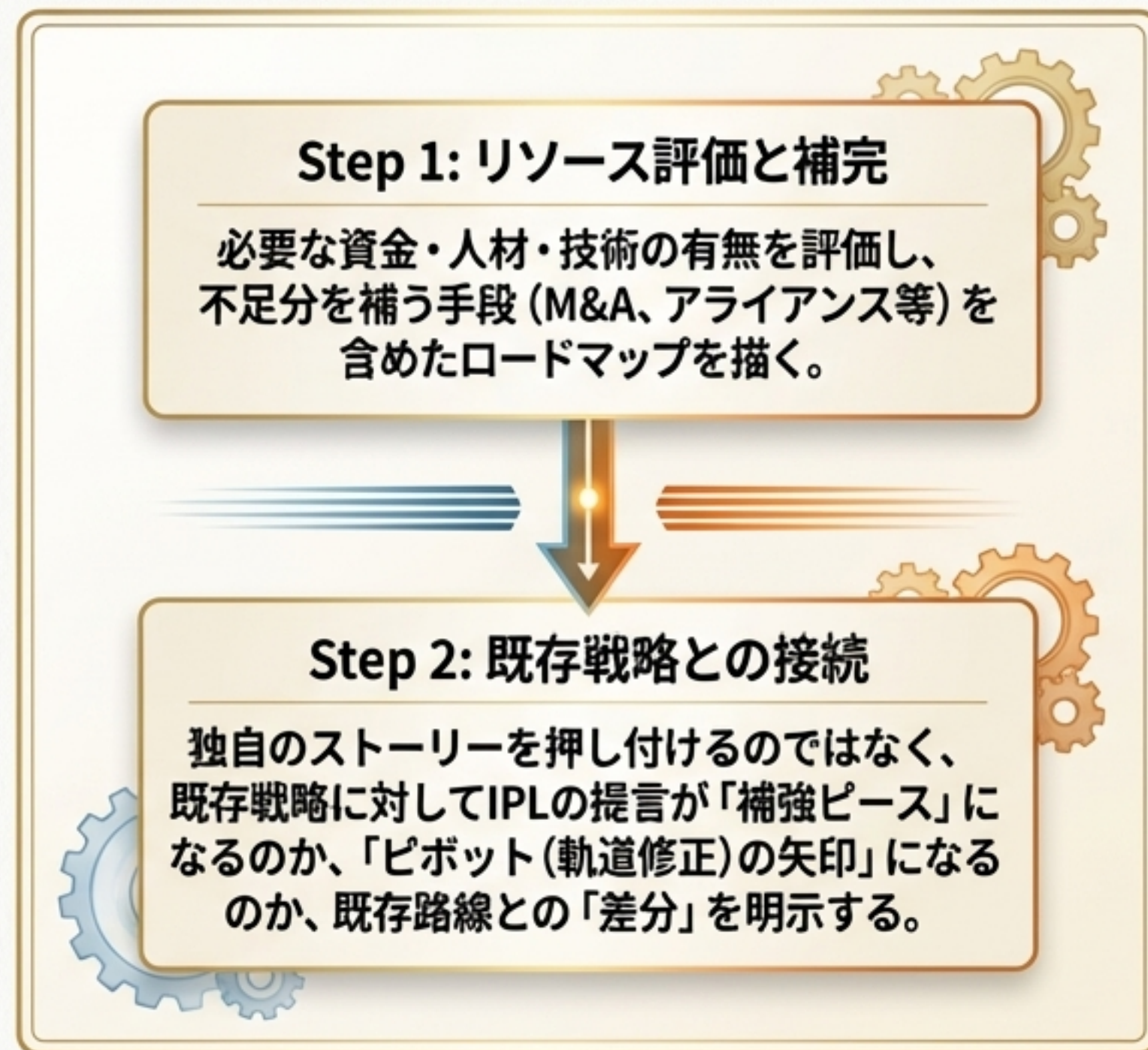
2. 経営デザインシートの活用

経営層との対話で「ありたい姿」と「現在の価値創造メカニズム」を可視化し、調査の「問い」を自社のリアルな課題に根ざすものにする。

課題2：「論理的に正しい提言」が、リソースと既存戦略の壁に阻まれる



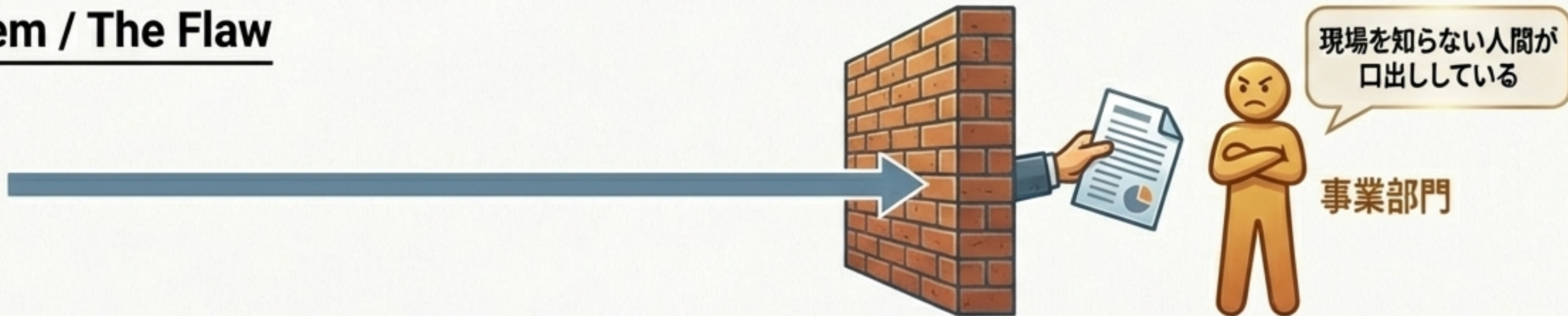
処方箋：現実的シナリオと「差分」の提示



課題3：「外から目線」の完成されたレポートは、防衛的態度を引き出す

The Problem / The Flaw

知財部門単独
の分析



The Prescription / The After

処方箋：仮説構築段階からの巻き込み



分析完了後ではなく、初期の仮説構築・調査設計から現場のキーパーソンを巻き込む。
現場の悩みや肌感覚を切り口に反映させる「伴走型プロセス」が、オーナーシップ（当事者意識）を醸成する。

【実践ツール】「知財の言語」を「経営の言語」へ翻訳する

外部情報は専門性が高く、そのままでは経営会議で機能しません。
内部の事業構造を深く理解し、ビジネスインパクトへと変換（翻訳）する必要があります。

知財の言語 (Input)

「A技術の特許出願が増加している」

「競合B社がX領域の
ホワイトスペースを独占している」



経営の言語 (Output)

「A技術の特許網構築により、
当社の主力製品の利益率が
〇%低下するリスクがある」

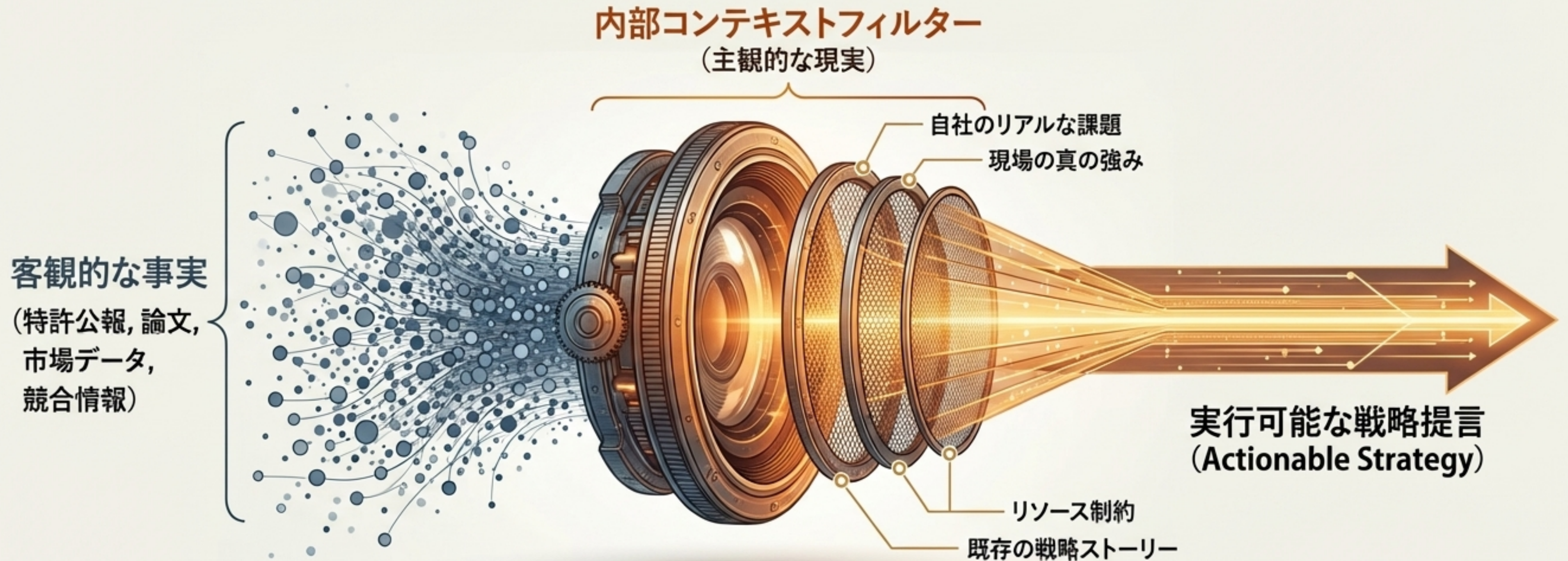
「次期中期経営計画における
X領域での売上目標達成が
極めて困難になる」

重要: 単なる「技術の羅列」ではなく、
売上・利益・シェア・競争優位性という経営指標に直結させること。

「旧来のIPL」と「真のIPL」の決定的な違い

比較軸	【旧来のIPL】	【真のIPL】
目的	データの客観的提示	<u>経営の意思決定の促進</u>
焦点	市場の客観的事実	<u>自社の文脈と課題</u>
言語	知財・技術の専門用語	<u>売上・利益・リスクの経営言語</u>
提言	一般論・独りよがりなストーリー	<u>自社リソースに基づく実行可能なシナリオ</u>
関係性	外から目線の分析者	<u>仮説段階から巻き込む共創パートナー</u>

真のIPランドスケープとは、「分析」ではなく「濾過と意味付け」である



精緻な外部環境分析(知の探索)は、深い内部環境分析(知の深化)と統合されて初めて、経営層の心を動かす真のIPLとなる。

新しいIPランドスケープ推進ワークフロー



結論：データ分析を超え、コミュニケーションの架け橋へ

IPランドスケープは、決して知財部門が単独で作成する「正解のレポート」ではありません。

それは、外部の客観的事実と、内部の主観的現実を衝突させ、関係者全員で自社の未来に対する「意味付け」を行っていくための強力なコミュニケーションツールです。

データに自社の文脈という命を吹き込み、明日からの経営の意思決定を動かしましょう。