

「刺さる」IPランドスケープへの変革：外部情報依存からの脱却と社内受容の鍵

【課題】なぜ分析レポートは「一蹴」されるのか？（3つの構造的要因）

自社の文脈（コンテキスト）との乖離



外部の成長市場やトレンドが、自社のリアルな経営課題（リソース制約や技術の閉鎖化など）や現場が自負する「真の強み」と結びついていない。

実行可能性 (Feasibility) の欠如



資金・人材・設備などの内部リソースを無視した提言や、既存の事業計画・ビジョンと整合しないストーリーは「絵に描いた餅」と見なされる。

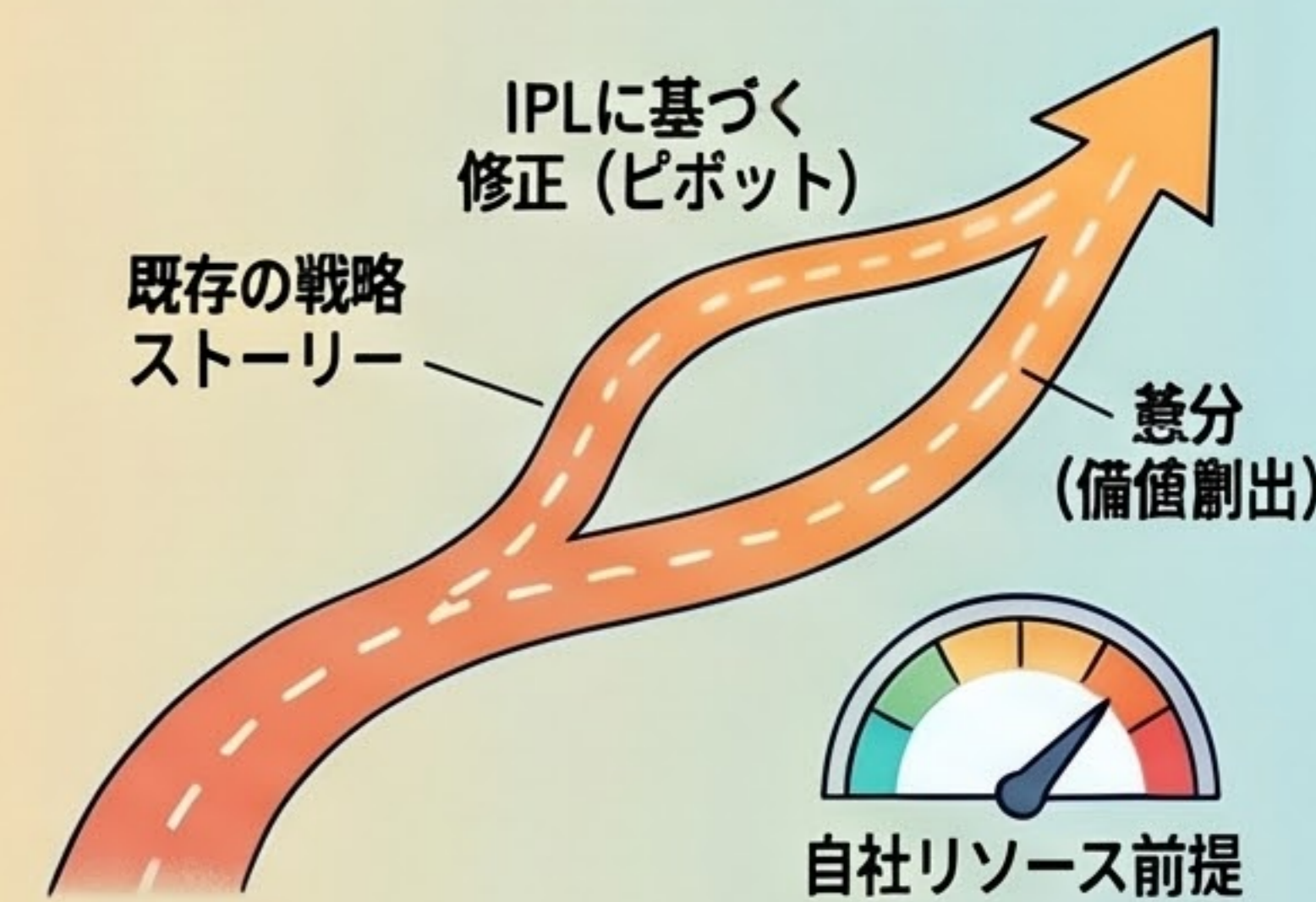
【解決策】「刺さる」提案に変えるための3つのアプローチ

内部環境の徹底的な深掘り



経営デザインシート等の活用による課題の言語化や、現場とアリングを通じた暗黙知（ノウハウ・顧客整理）の棚卸しを行い、分析の「問い」を自社の現実に即したものにします。

現実的なシナリオ構築



自社のリソースを前提としたロードマップを提示し、既存の戦略ストーリーとIPLの結果がどう接続・修正（ピボット）されるかの「差分」を明確に示す。

当事者意識の醸成失敗



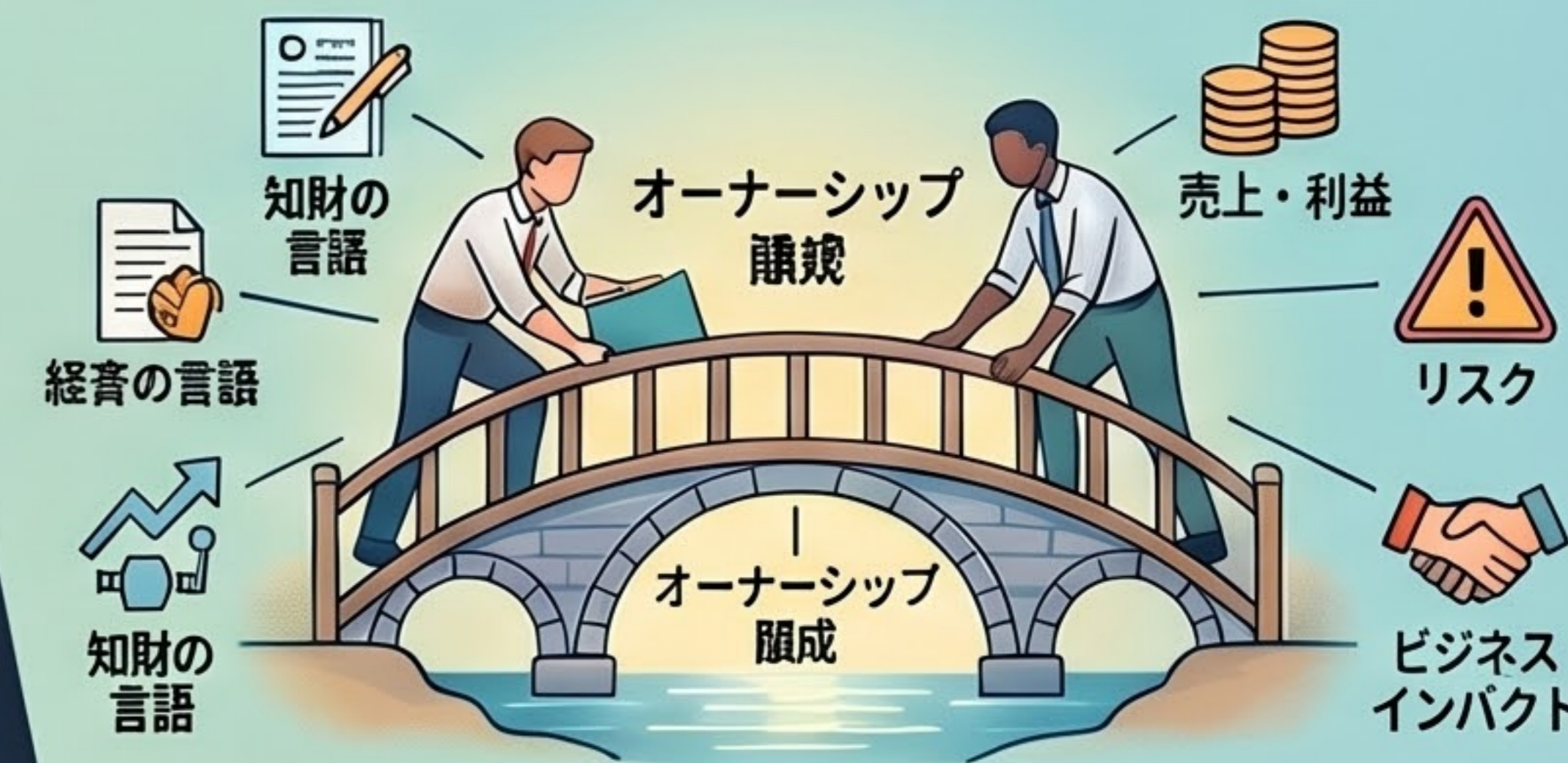
知財の専門用語（知財の言語）の羅列や、現場を無視した「外から目線」の喧言は、事業部門の心理的抵抗と防衛的態度を誘発する。

結論：真のIPランドスケープとは



精緻な外部分析を内部情報でフィルタリングし、意味付けするプロセスこそが、社内受容と具体的なアクションを生む鍵となります。

関係者の巻き込みと「経営の言語」への翻訳



仮説構築段階から事業部門を巻き込んでオーナーシップを醸成し、分析結果を売上、利益、リスクといったビジネスインパクトに絡める言葉で伝える。