

企業の生成 AI 活用「進化の 3 ステップ」を学ぼう ～知財部門の事例から見るレベルアップの道のり～

はじめに: AI 活用の「レベル」とは？

新しい楽器を習い始めるとき、いきなりプロのように演奏することはできませんよね。まずは基本的な音の出し方を学び(レベル 1)、次に簡単な曲を練習し(レベル 2)、最後には仲間と合奏して観客を魅了する(レベル 3)というように、段階的にスキルを上げていきます。

企業の生成 AI 活用も、これとよく似ています。単にツールを導入すれば終わりではなく、試行錯誤しながら少しずつ使い方をマスターしていく「進化の段階(レベル)」があるのです。

この解説では、企業の「知的財産(知財)部門」という、発明や特許などを扱う専門チームを例にとって、生成 AI 活用の進化段階をレベル 1 からレベル 3 まで、一緒に見ていきましょう。

1. レベル 1: 探索・理解フェーズ(まずはお試し)

これは、企業が生成 AI という新しい楽器に初めて触れる段階です。いきなり会社の秘密情報を入力するような危険なことはせず、「公開されている情報だけを使って、安全な範囲で AI を試してみる段階」と定義できます。

このレベルで最も重要なのは、リスクを最小限に抑えることです。インターネットで誰でも見られるニュース記事や公開されている特許情報などを使い、「AI ってどんなことができるんだろう?」「どういう質問をすれば、良い答えが返ってくるかな?」といった感覚を掴むことが目的です。

この段階は、本格的な演奏に向けた指慣らしのようなもの。まずは AI に慣れ、その可能性と限界を理解することがゴールです。

では、この「お試し」段階から、企業はどのようにして次のステップへ進むのでしょうか。その鍵は、扱う「情報」にあります。

2. レベル 2: 業務適用フェーズ(チーム内での本格活用)

レベル 2 への進化の核心は、「自社だけの安全な環境(自社専用環境)で、これまで扱えなかった『秘密情報』を活用できるようになること」です。これにより、AI の活用は「お試し」から「本格的な業務」へと変わります。

このレベルで重要になるのは、次の 2 つのポイントです。

- **セキュリティの確保:** 自社専用の AI 環境を構築することで、会社の未公開技術や経営戦略といった重要な秘密情報が外部に漏れる心配なく、安全に AI へ入力できるようになります。
- **秘密情報の活用:** 公開情報だけではできなかった、より専門的で価値の高い分析が可能になります。例えば、開発中の新技術のアイデアを AI に相談するなど、会社の競争力に直結する活動ができるようになります。

レベル 1 からレベル 2 への進化を、表で比較してみましょう。

比較項目	レベル 1: 探索・理解	レベル 2: 業務適用
扱う情報	公開情報のみ	秘密情報も活用
基本方針	リスクを最小限に抑える	セキュリティを担保して活用する

このレベルでは、具体的にどのようなことができるようになるのでしょうか。代表的な 2 つの活用例を見てみましょう。

- **ユースケース例 1: 発明創出ワークショップ支援**
 - **目的:** 会社の「秘密の技術課題」を AI に入力し、新しい発明のアイデア出しを支援します。
 - **期待される成果:** これまで半日～1 日かかっていたアイデア出しが **2 時間程度**に短縮されます。さらに、AI が異業種の知識と組み合わせた提案をすることで、人間だけでは思いつかなかったような新しい発明の領域を発見できます。
- **ユースケース例 2: 出願戦略シミュレーション**
 - **目的:** 「自社の未公開アイデア」と、世の中に公開されている膨大な特許情報を AI で瞬時に比較分析し、どの国で、どのタイミングで特許を出すのが最適か、という戦略を立てます。
 - **期待される成果:** これまで外部の調査会社に依頼して **2 週間**かかっていた分析が**即時**に完了します。この俊敏性により、市場の変化や競

合の動きにリアルタイムで対応し、自社の技術革新をより効果的に保護することが可能になります。

レベル 2 のゴールは、単に作業を効率化するだけではありません。「秘密情報」という企業の宝物を活用して、これまでになかった「新たな価値を生み出す(価値創出)」ことへの、重要な第一歩なのです。この飛躍は、AI がもはや単なる実験的なツールではなく、安全なフレームワークの中で独自の価値を生み出すための中核エンジンであることを示しています。

チーム内で AI を使いこなせるようになった後、企業はさらに大きな成果を目指します。次は、部門の壁を越えた「チームプレイ」の段階、レベル 3 です。

3. レベル 3: 戦略統合フェーズ(会社全体でのチームプレイ)

レベル 3 の核心は、「知財部門だけでなく、研究開発、経営企画、法務、営業といった様々な部門が連携し(全社横断連携)、会社全体の戦略に AI を組み込むこと」です。AI の活用が、一つの部門から会社全体のオーケストラへとスケールアップします。

このレベルのキーワードは「知財×経営×技術の三位一体」です。これはパラダイムシフトを意味します。各部門が個別のサイロで活動するのではなく、AI を用いて特許インテリジェンス(知財)、企業目標(経営)、そして研究開発パイプライン(技術)を、一つの首尾一貫した戦略的武器へと融合させるのです。あらゆる主要な意思決定が、ビジネスの全体像を 360 度見渡せる情報に基づいて行われるようになります。

レベル 2 からレベル 3 への進化を、表で見てみましょう。

比較項目	レベル 2: 業務適用	レベル 3: 戦略統合
活動の範囲	部門内での展開	全社横断での連携
目指す姿	秘密情報を活用した価値創出	会社全体の戦略に AI を統合

これらの強力な応用は、AI がこれまで部門ごとに分断されていたデータ、すなわち特許、研究論文、市場レポート、社内文書などを横断的に統合し、分析できるようになったことで初めて可能になります。部門間の連携は、どのようなインパクトを生むのでしょうか。非常に強力な 2 つの活用例を紹介します。

- ・ ユースケース例 1: 研究開発連携
 - 連携する部門: 研究開発部門

- **課題：**これまで、新しい研究テーマは研究者の経験や直感に頼ることが多く、客観的な根拠が乏しいという課題がありました。
- **AI の役割：**新しい研究テーマ案に対し、関連特許だけでなく、社内に統合された市場レポートや競合情報までを AI が瞬時に分析。「この研究には本当に投資すべきか？」をデータに基づいて判断する材料を提供します。
- **期待される成果：**テーマ評価にかかる時間が数週間から 1 日以内へと劇的に短縮されます。これにより、将来性の高い有望な研究に集中投資できるようになり、研究開発投資の ROI(投資対効果)が+15%以上向上します。これは、同じ投資額でより多くの成功プロジェクトを生み出すことを意味し、企業の革新力を直接的に高めます。
- **ユースケース例 2:経営企画連携**
 - **連携する部門：**経営企画部門
 - **課題：**M&A(企業の買収)を検討する際、候補企業の評価に膨大な時間がかかり、買収後に本当に相乗効果(シナジー)が生まれるかの判断が主観的になりがちでした。
 - **AI の役割：**買収候補企業が持つ特許情報と、自社の技術情報を AI が比較分析。「技術的にどれくらいのシナジーが見込めるか」を客観的なスコアとして示します。
 - **期待される成果：**分析にかかる工数が 3 週間から 3 日以内に短縮され、勘や経験だけに頼らない、より成功確率の高い M&A の意思決定が可能になります。この劇的な加速により、企業はより多くの機会を評価し、競合他社に先んじて最も有望な案件を確実に進めることができます。

この段階では、AI は部門の効率化というレベルを超え、模倣困難な持続的競争優位性を生み出す、企業戦略の基盤そのものとなります。

このレベルに到達すると、知財部門は単なるサポート機能から、戦略的な「司令塔」へと進化を遂げます。もはや特許を管理するだけでなく、部門横断的なデータを統合・分析することで、研究開発投資や M&A 戦略といった会社の未来を左右する重大な意思決定を導く、データに基づいた先見性を提供するのです。

まとめ:生成 AI 活用の進化が一目でわかる比較表

これまで解説してきたレベル 1 からレベル 3 までの進化の過程を、一枚の表にまとめました。復習に役立ててください。

レベル	キーワード	使う情報	主な目的	活動の範囲
1	探索・理解	公開情報のみ	AI に慣れ、リスクなく試す	個人の試行錯誤
2	業務適用	自社の秘密情報	業務の効率化と、新たな価値の創出	部門内での本格活用
3	戦略統合	全社の横断的なデータ	経営戦略と一体化した意思決定の高度化	全社的な部門間連携

おわりに

ここまで見てきたように、企業における生成 AI の活用は、単なるツール導入ではありません。情報の扱い方、部門間の連携の仕方、そして働き方そのものを根本から変えていく「**企業の変革プロセス**」そのものだと言えます。

レベル 1 から 3 へと進化する道のりは、企業が AI を真の戦略的パートナーとして迎え入れ、より賢く、より強くなっていく成長の物語です。

そして、この物語にはさらに続きがあります。資料の中には「レベル 4: 価値創造(社外連携)」という次のステージも示唆されていました。会社という枠組みさえも越えて、他の企業や大学などと連携していく未来が待っています。企業の AI 活用の旅は、これからも続いていくのです。