H05 特許情報を起点としたマーケティング・ツールの開発

経営学部・経営学科・教授・羽田　裕
y-hada@aitech.ac.jp

キーワード　マーケティング、特許情報、パテントマップ、ポジショニングマップ

概要

本シーズは特許情報をもとに簡易的に、①自社の技術的強み、②競合他社の動向、③市場動向、技術的潮流を俯瞰し、自社の強みを活かした新規事業展開領域を探索できるツールである。

- マーケティング的思考による事業展開の検討
- 特許情報の解釈および簡易的な調査・分析
- 「特許分析～ポジショニングマップによる見える化」までの流れをパッケージ化

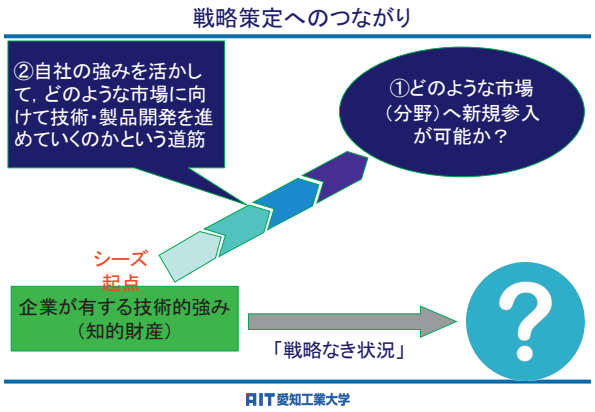

図 1　特許情報を起点としたマーケティング

セールスポイント

1．特許情報を活用したマーケティング・ツール
2．特許情報を活用した簡易的な探索手法
3．潜在的な市場の探索～新規事業のアイデア創出・具体化までを網羅

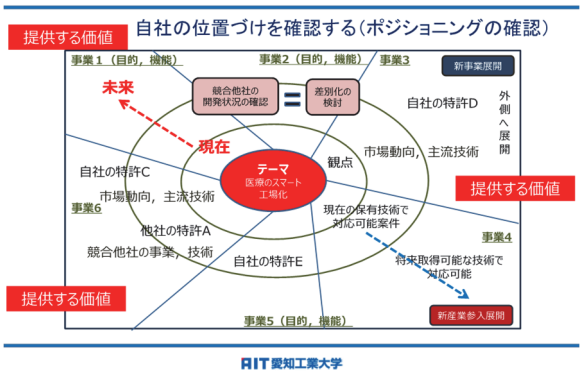

図 2　新規事業領域の見える化

企業等での活用例、今後の展望等

1．新規事業展開の方向性を見える化できる。
2．自社の技術的強みを抽出することができる。
3．異業種への新規参入の機会を作り出すことができる。

SDGs、ゼロカーボンへの寄与

- 産業の多様化、中小企業等におけるイノベーションの創出に寄与する。

（SDGs目標　8番）

参考資料

羽田裕、後藤時政、羽田野泰彦「特許情報を活用した潜在的市場の探索手法の検討『日本経営診断学会論集』Vol.20、pp.51-57、2021.