

H06

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・准教授・羽田 裕  
y-hada@aitech.ac.jp  
経営学部・経営学科・教授・後藤 時政  
tokimasa@aitech.ac.jp

キーワード マーケティング・ツール、特許情報、新規事業展開領域、  
パテントマップ、ポジョニングマップ

概要

本シーズは、中小企業等が自社の技術的強みの抽出と新規事業参入の方向性を特許情報から簡易的に検討できる手法である。

- 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

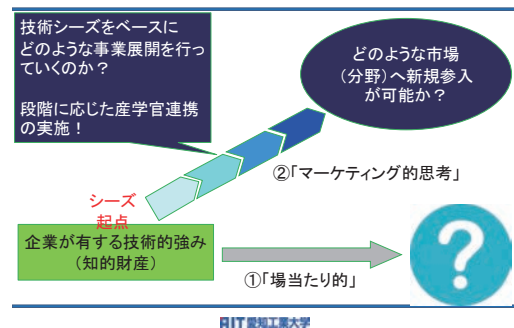


図1 特許情報を起点としたマーケティング

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

企業等での活用例、今後の展望等

1. 特許情報をもとに新規事業展開領域の方向性が見える化できる。
2. 特許情報をもとに自社の技術的強みを抽出することができる。
3. 特許情報をもとに中小企業の異業種への新規参入機会を作り出すことができる。

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、2021.

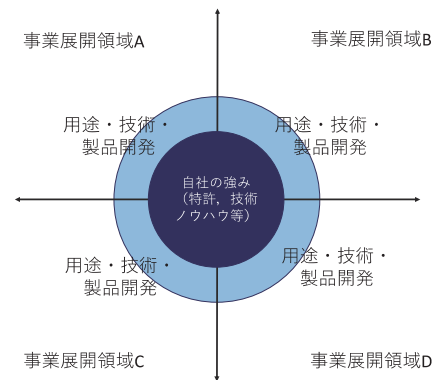


図2 新規事業領域の見える化