

# 知財ビジネス提案書

〇〇株式会社 様

(VC向け)

# 目次

1. 本書の目的
2. 経営者
3. レッドオーシャン
4. ブルーオーシャン
5. 戦略キャンパス
6. 4つのステップ
7. 戦略キャンパスの修正
8. ビジネスのご提案

# 本書の目的（提案書）

- ブルーオーシャン戦略を中心に知財情報も活用しながら、豊かな新市場の創造にチャレンジする一助になりたいと考えます。つまり、新市場の創出、商品の差別化という視点からビジネスについての提案を行うことを目的にしています。
  - 多くの企業が限られたパイを巡って激しい競争を繰り広げています。ある企業が少し良いパフォーマンスをみせると競合がすぐにそれを模倣して、製品の均一化・日常品化が進みます。
  - 製品間に目立った差異が無くなり、価格競争が激化します。(レッドオーシャン)
  - ブルーオーシャン戦略では、目の前の競合を意識するのではなく、「敵のいないところ」を見つけ出すことに集中します。未開拓の市場を見つけ出し、競合の少ないところで利益を手にするをめざす戦略です。
  - お忙しい皆様に多大な資料の提出や準備をして頂くことなく、気楽に日常や経営のお話をしながら、少しでも気付きを提供できればと思います。
- \* ブルーオーシャン戦略:フランスのビジネススクールINSEADで経営戦略論を教えるW.チャンキムとレネ・モボリュニユが提唱する戦略論。  
血みどろの競争(レッドオーシャン)から抜け出し、豊かな新市場(ブルーオーシャン)を創造しようとする戦略です。

## 経営者

- バックグラウンド
- キャラクター
  
- 自社の特徴
- 事業の魅力

## 経営者

- レーター

ダーウィンの海

- エクスパンジョン

死の谷

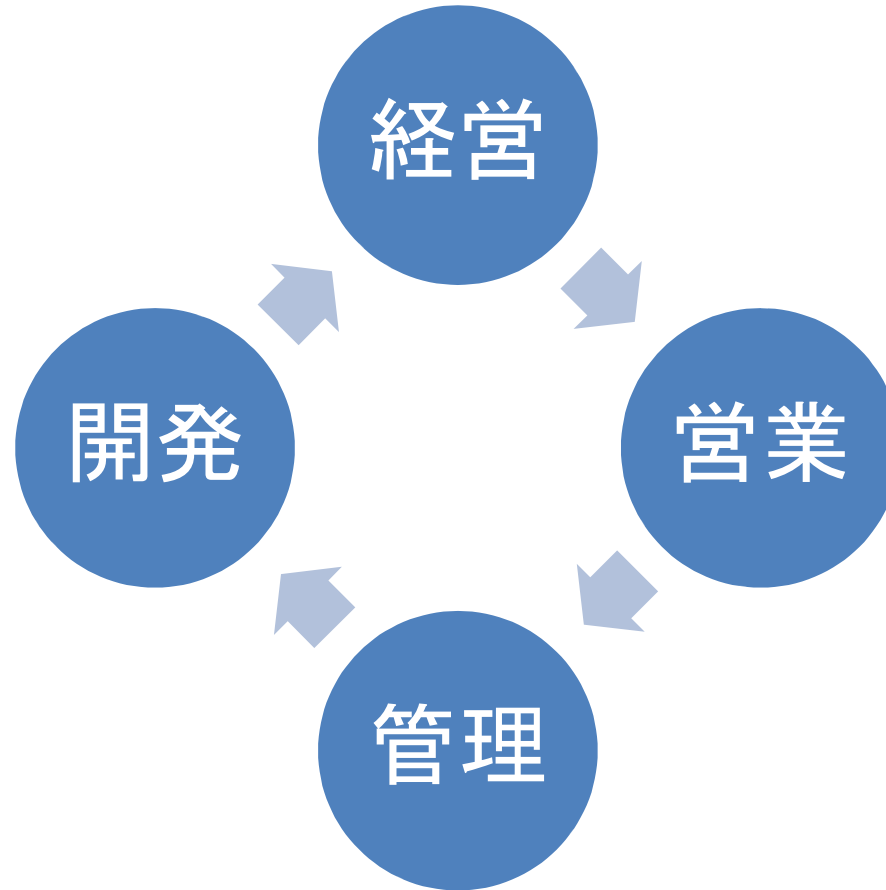
- アーリー

魔の川

- シード

経営者

チーム



激しい市場競争

製品の均一化・コモディティ化

価格競争の激化



レッドオーシャン

(血みどろの市場)

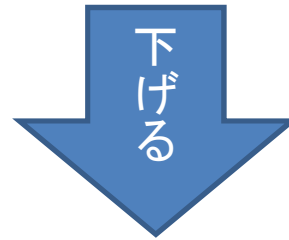


ブルーオーシャン

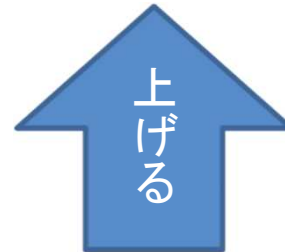
を目指そう

# ブルーオーシャン

**低コスト化**



バリューイノベーション

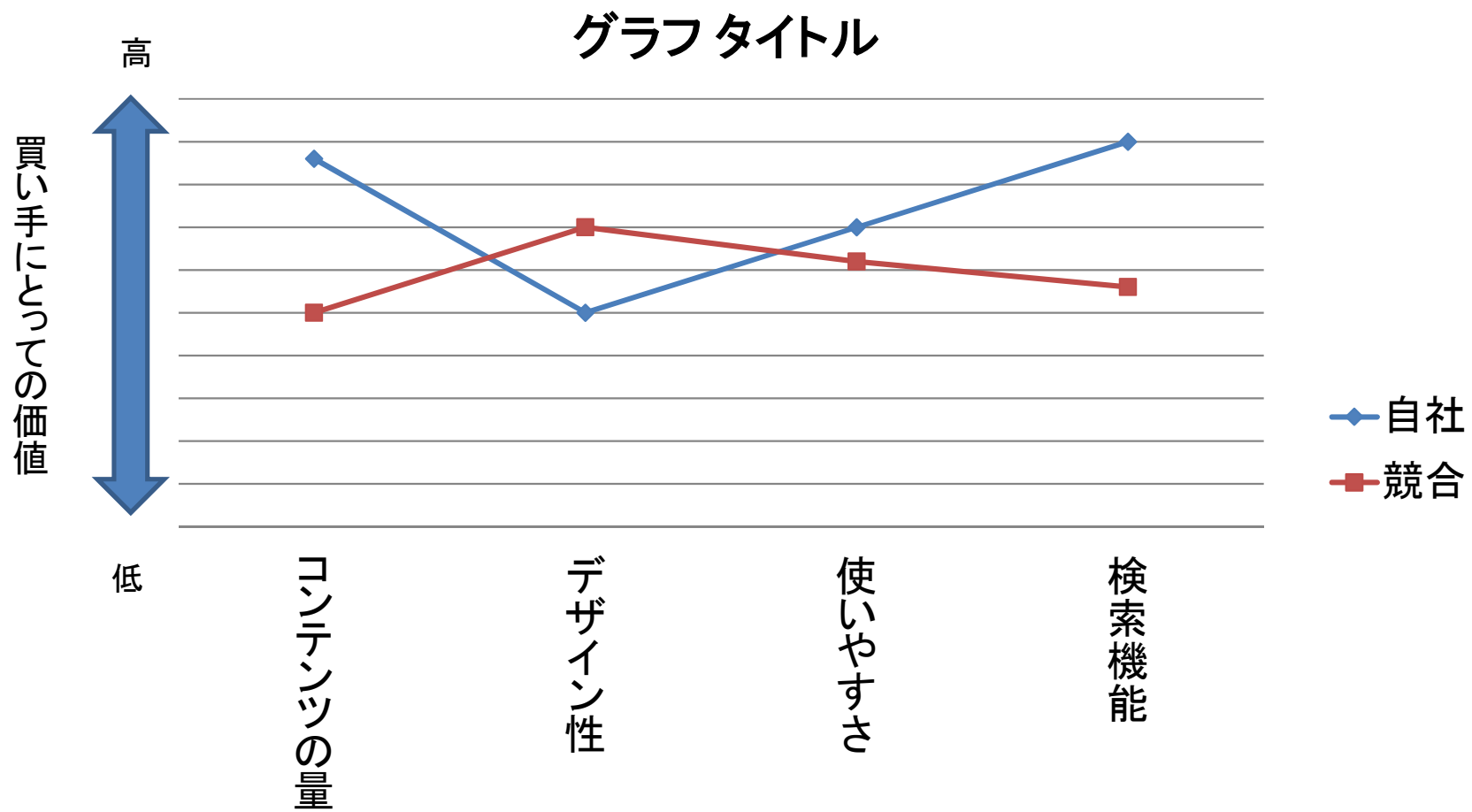


**差別化**

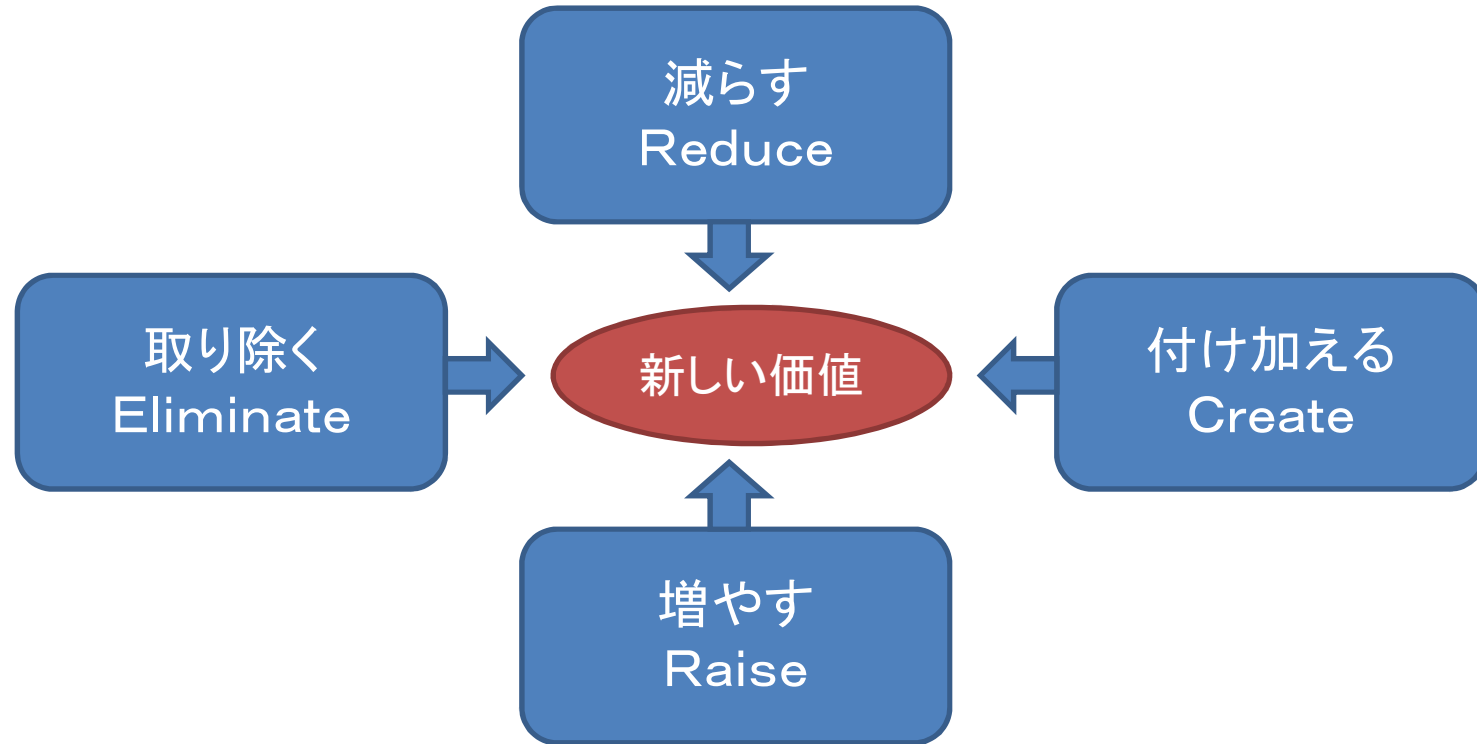
(低コスト化と差別化の実現)



# 戦略キャンパス



# 4つのアクション



- ① Eliminate
- ② Reduce
- ③ Raise
- ④ Create

すっきり取り除く要素は何か  
大胆に減らす要素は何か  
大胆に増やす要素は何か  
新たに付け加える要素は何か

# 顧客目線で

- ① 買い手にとっての効用
- ② 価格
- ③ コスト
- ④ 実施への方策

取り除く ・ ・ ・	増やす ・ ・ ・
減らす ・ ・ ・	付け加える ・ ・ ・

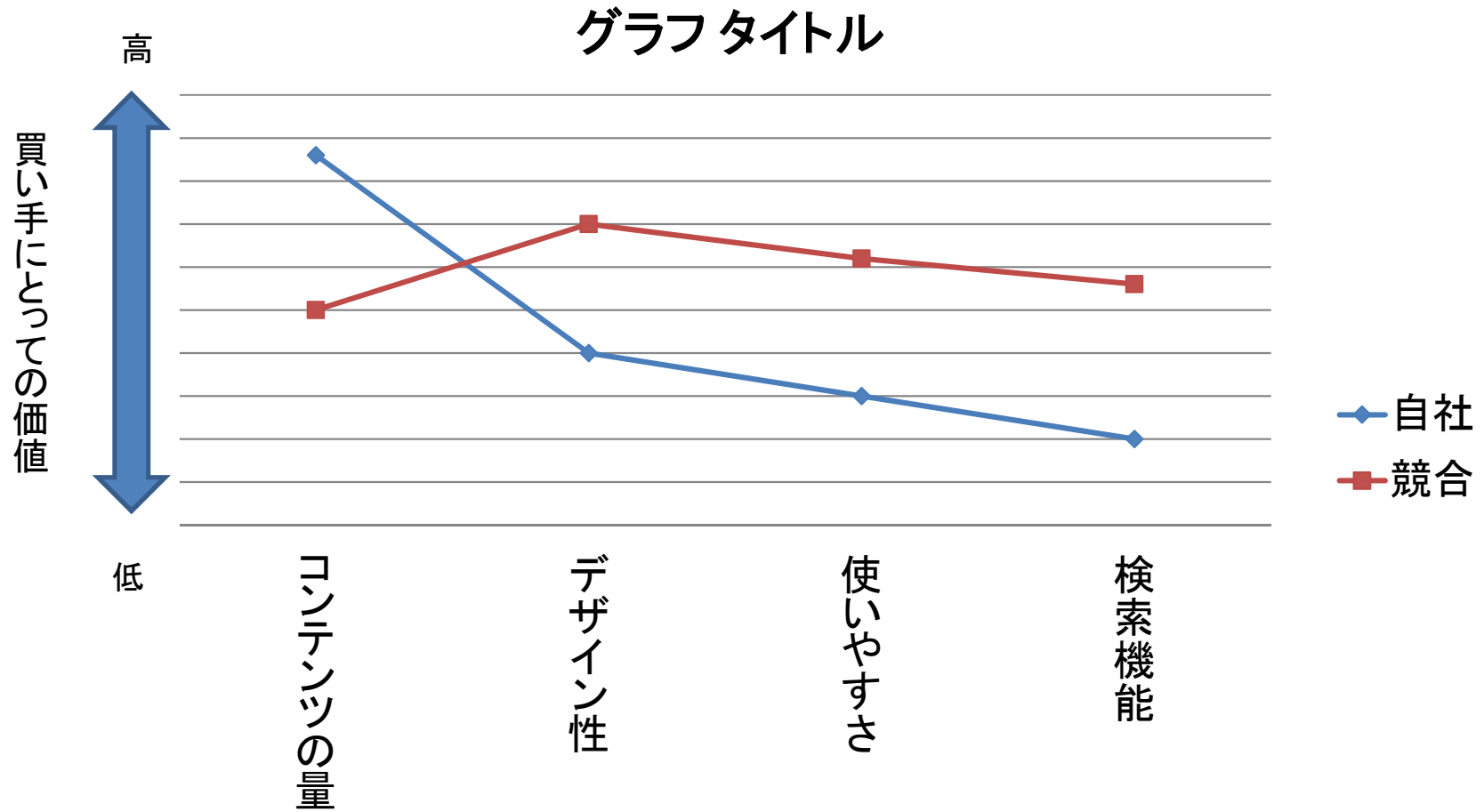


低コスト化



差別化

# 戦略キャンペーンの修正



# PPMからの視点

## スター

- 市場で高シェア
- 市場成長中
- 多い
- 利益まだ少ない

## 問題児

- 市場で低シェア
- 市場成長中
- 多い
- 利益少ない

## 金のなる木

- 市場で高シェア
- 市場安定的
- 少ない
- 利益多い

## 負け犬

- 市場で低シェア
- 市場安定的
- 少ない
- 利益少ない

# 知財訴訟の実例（特許）

- マネーフォワード対フリー
- （いきなりステーキの
- ビジネスモデル特許）

# 知財訴訟の実例(商標)

- 「フランク三浦」 対
- 「フランクミュージーラー」
  
- H司法書士法人事件

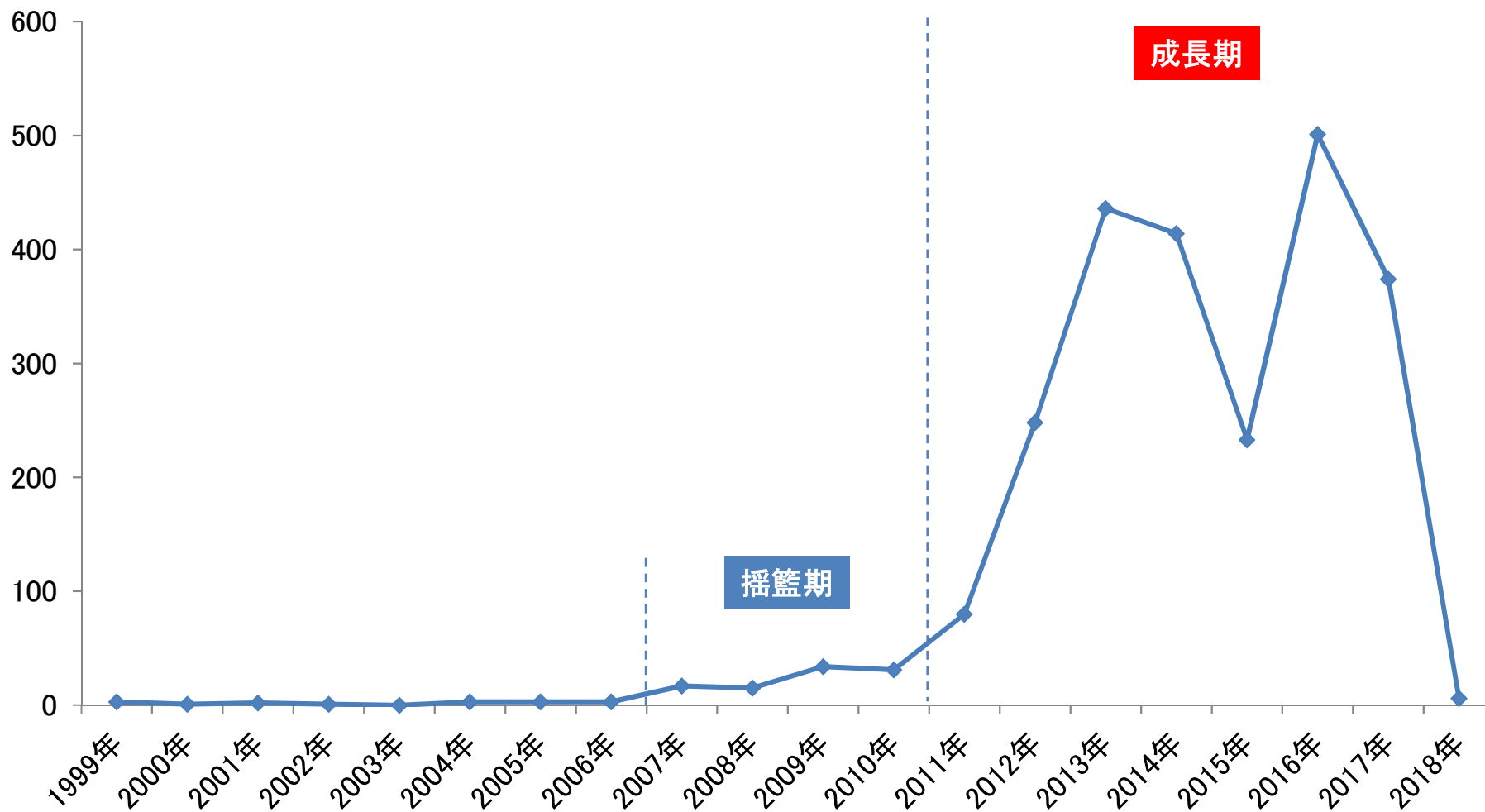


# 知財情報から見る競合との違い

- ライフサイクルがわかる
- 競合の注力市場がわかる
- 海外市場の重視度がわかる
- 共同研究の本気度がわかる

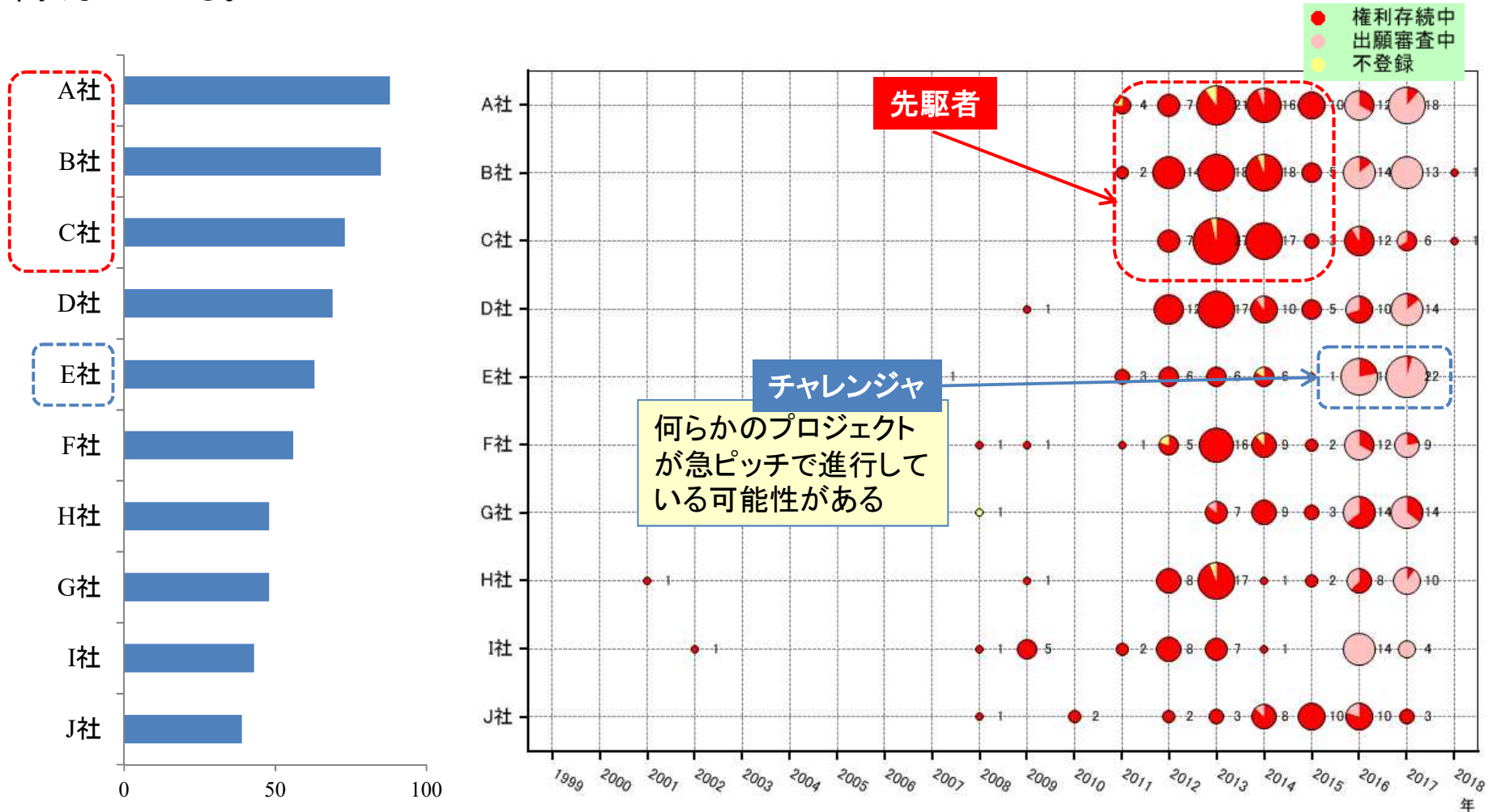
## 1. ライフサイクルがわかる(出願推移グラフ)

IoTに関する特許出願は、2011年以降急増している。このことから、現在のIoT市場は「成長期」となっているといえる。



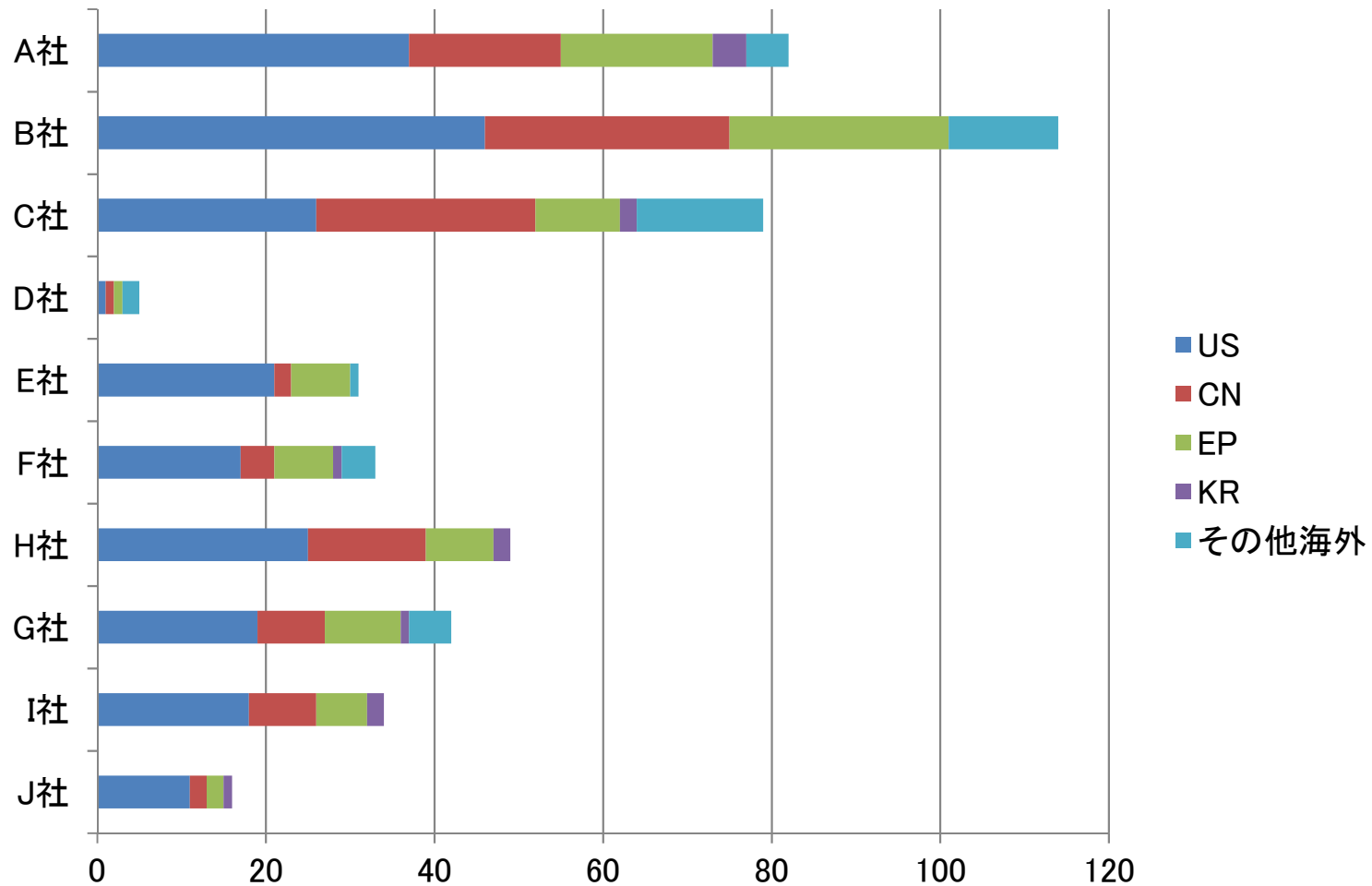
## 2. 競合プレイヤーがわかる。(出願人ランキング)

競合プレイヤーは以下の通りである。家電メーカー、通信事業者、自動車メーカー、ネット関連事業者が見られる。特に、家電メーカーの「A社」「B社」「C社」の注目度が高い。2016年以降は「E社」の注目度が高くなっている。



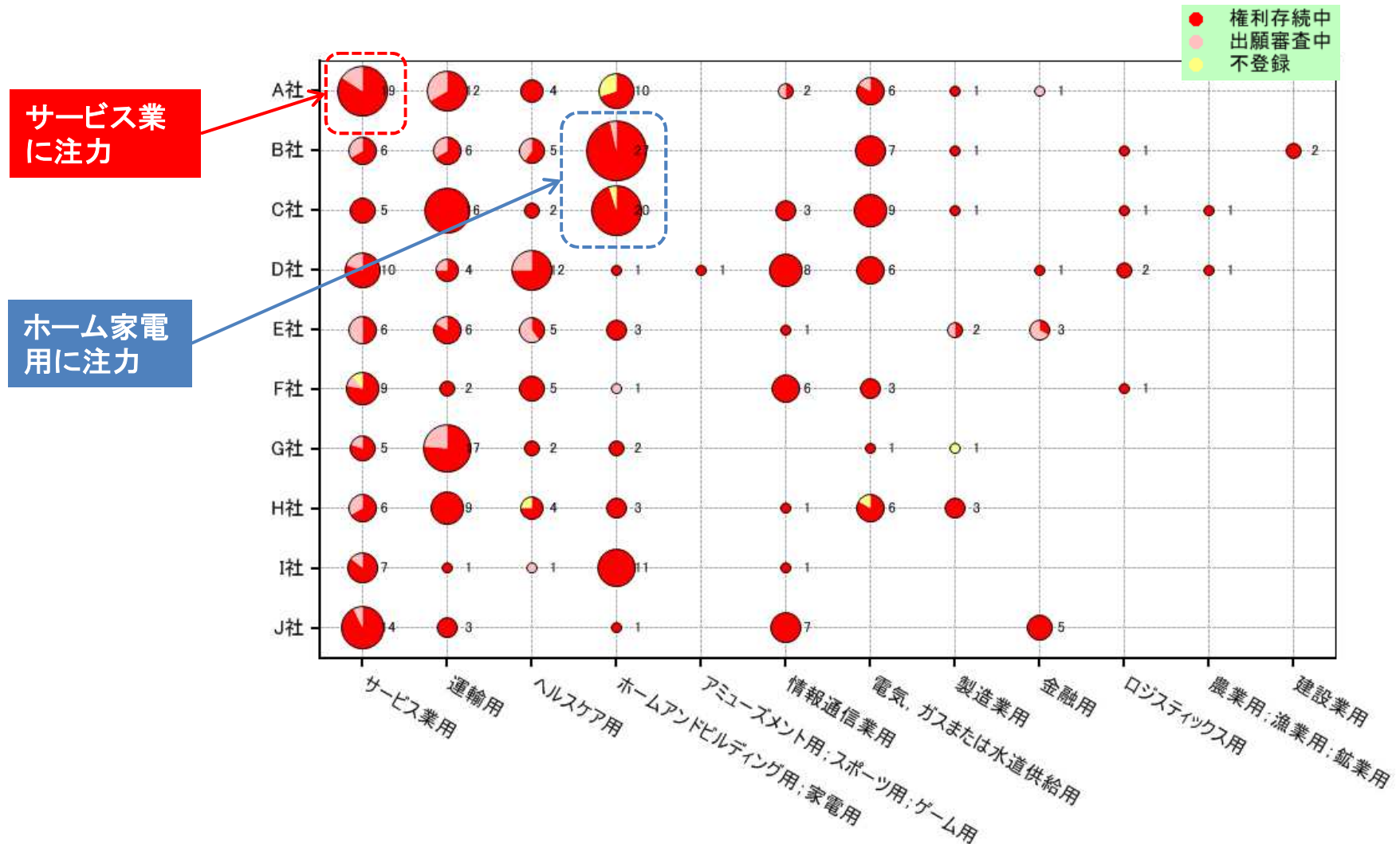
### 3. 競合プレイヤーのグローバル戦略がわかる。(出願人ランキング)

「米国」に注力している点で競合各社共通している。A社、B社、C社は「中国」の注目度が他社と比較して高い。D者は、外国出願が少ないことから、「国内市場」に注力していると思われる。



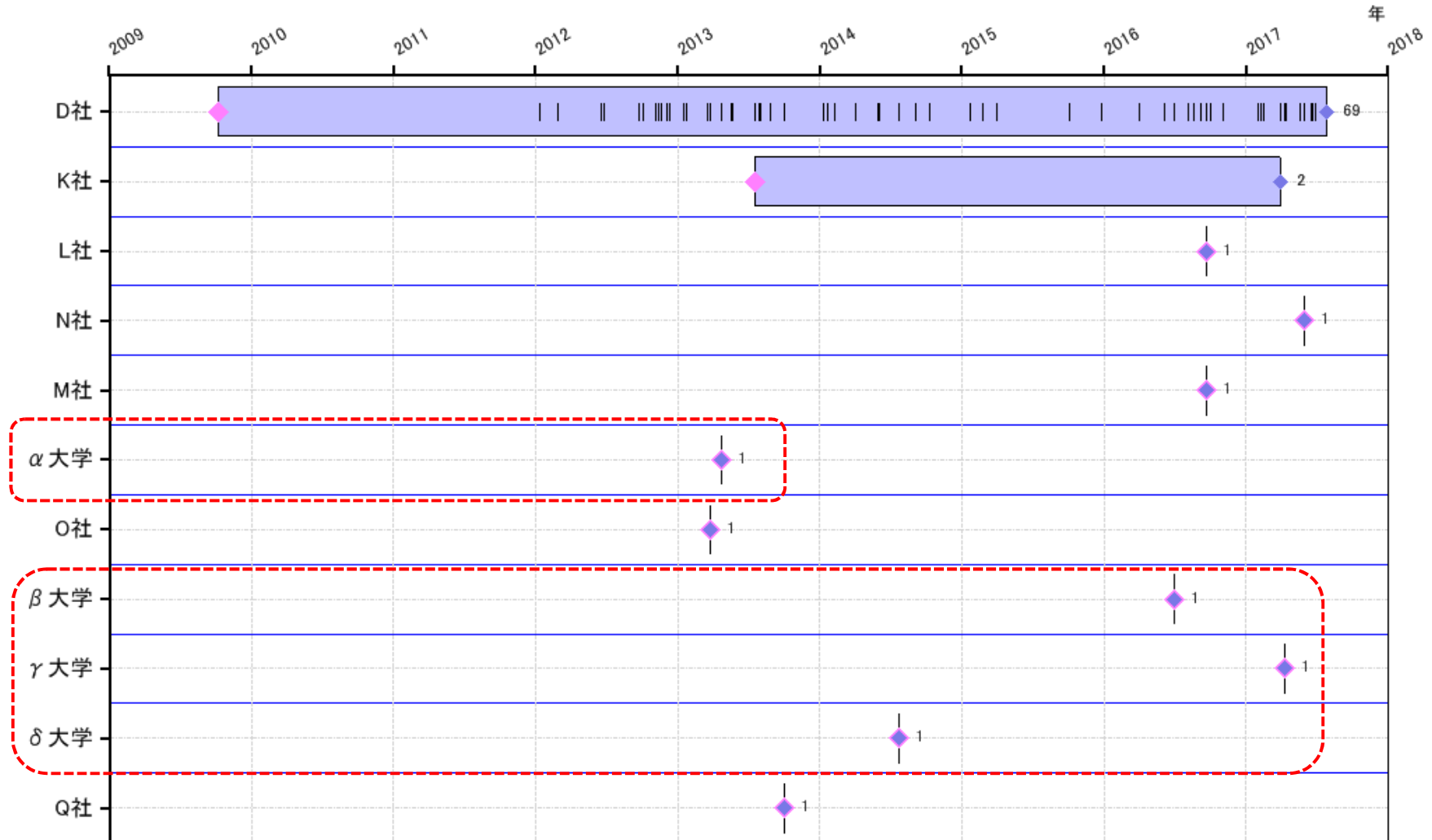
#### 4. 競合プレイヤーの注力市場がわかる(マトリックスマップ)

A社は「サービス業」にIoT技術に注力している。B社、C社は、「ホームアンドビルディング用／家電用」のIoT技術に注力している。



## 5. 共同研究戦略がわかる。(ニューエントリリタイアマップ) 例:NTT

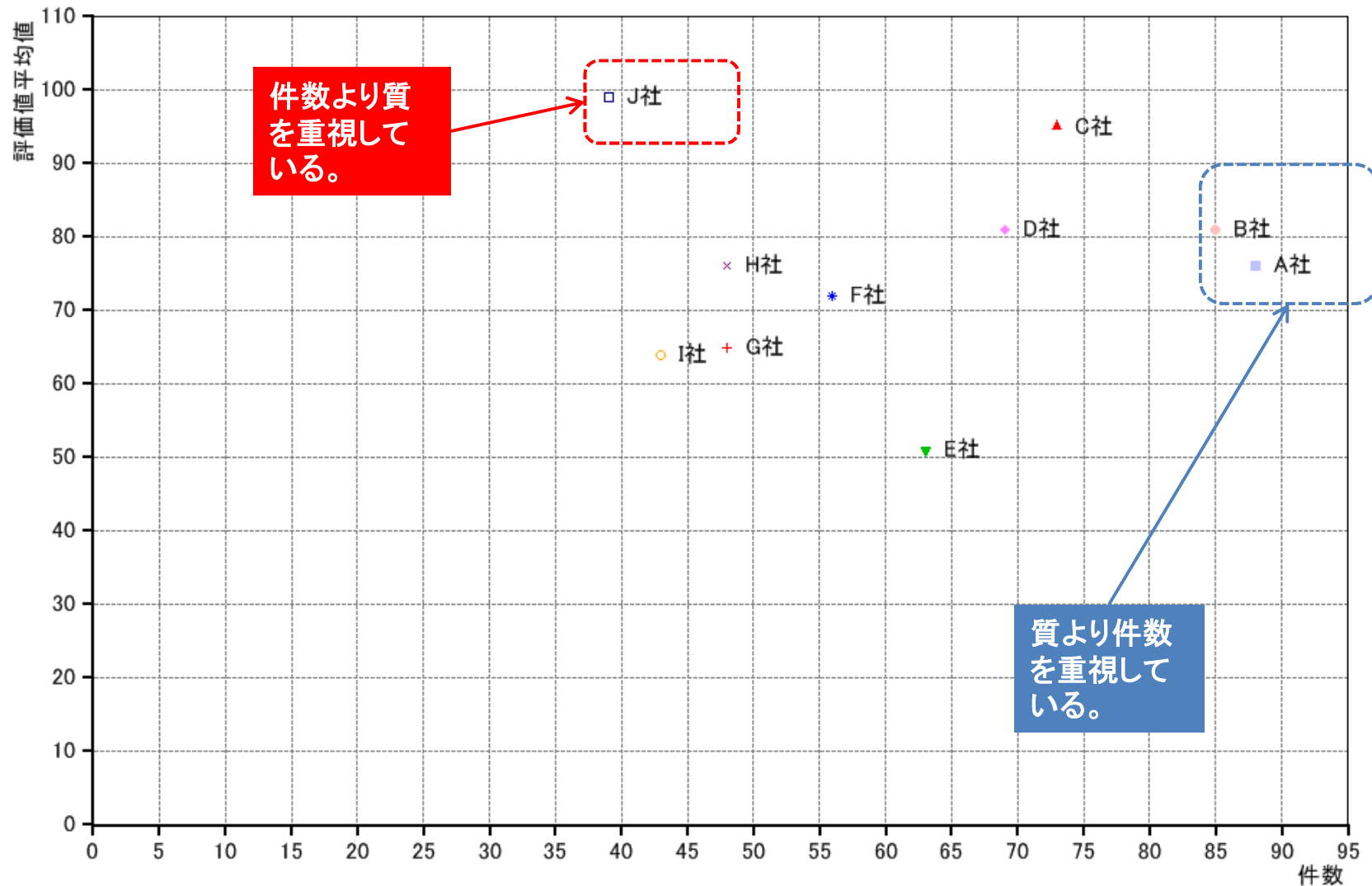
D社は、大学との共同出願が多く見られる。このことから、大学と何らかの基礎研究の共同開発を行っている可能性がある。



◆ 開始日 | 特許 ◆ 終了日 □ 期間

## 6. 競合各社の脅威度がわかる。(ポジションマップ)

J社は、特許出願件数は少ないものの、重要特許を多く保有している。



# ビジネスのご提案

「市場創造」から見たご提案

「競合との差別化」から見たご提案



# 裏表紙