

# 特許スコアリング・レーティングの活用方法

野 崎 篤 志\*

**抄 録** 特許スコアリングは知財情報を経営・事業に活かすIPランドスケープやコーポレートガバナンス・コードへの対応をはじめとして、様々な場面への活用が期待されている。本稿では特許価値評価における特許スコアリングの位置づけ、上市されている各種特許スコアリング・ツールの整理とスコアリング算出の考え方について整理した上で、特許スコアリングの活用場面として特許ポートフォリオの棚卸、自社ポジショニングおよび重要特許の把握を取り上げた。最後に、特許スコアリングを利用する際、事業貢献の視点、業種・業界構造による出願特性、ノウハウの重要性、被引用回数の有効性および評価対象技術の新規性に留意すべきであることを述べる。

## 目 次

1. はじめに
2. 特許価値評価とスコアリング
  2. 1 特許価値評価における大前提
  2. 2 特許価値評価の種類とスコアリングの位置づけ
  2. 3 特許スコアリングとその考え方
3. 特許スコアリングの活用場面と使い方
  3. 1 特許スコアリングの活用場面
  3. 2 特許ポートフォリオの棚卸（権利維持・放棄の検討）
  3. 3 技術動向分析・競合他社分析における自社ポジショニングおよび重要特許の把握
  3. 4 その他の活用場面
4. 特許スコアリングを利用する際の留意点
  4. 1 事業貢献の視点
  4. 2 業界・業種構造による出願特性
  4. 3 ノウハウの重要性
  4. 4 被引用回数の有効性
  4. 5 評価対象技術の新規性
5. おわりに

## 1. はじめに

2021年6月にコーポレートガバナンス・コード<sup>1)</sup>が改訂され、「知的財産への投資」の文言

が盛り込まれたことで、取締役会の監督と投資家向けの情報発信・開示に注目が集まっている。知的財産に限らず、投資対効果をKPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）等を用いて検証する必要があるが<sup>2)</sup>、本稿で取り上げる特許スコアリング・レーティング（以下、特許スコアリング）がその手段として注目を集めている。

特許スコアリングを用いた「知的財産への投資」の開示例として、旭化成は2022年7月に開催した知財戦略説明会<sup>3)</sup>において特許価値（権利者スコア）やSDGs関連特許評価を取り上げている。また帝人は有価証券報告書<sup>4)</sup>において自社特許ポートフォリオにおけるStrategic Focus（将来の収益獲得のための育成領域）における特許価値について示している。

また、特許スコアリングを巡るトレンドとして注目したいのが、コーポレートガバナンス・コード改訂検討と同時期に開催された産業構造審議会知的財産分科会・第40回特許制度小委員

\* 株式会社イーパテント 代表取締役社長／知財情報コンサルタント® Atsushi NOZAKI

会<sup>5)</sup>において特許の価値と規模の国際比較から、日本の特許価値が低下していることが示された点である。これを受けて日本の特許価値が低下している原因を分析するための調査研究が実施され、特許スコアリングに関する留意点や我が国企業が目指すべき方向性について提言がなされている<sup>6)</sup>。

知財情報を経営・事業に生かすIPランドスケープ<sup>7), 8)</sup>に注目が集まる中、特許スコアリングは、コーポレートガバナンス・コードへの対応に限られたものではなく、日々の知財活動や事業活動、研究開発活動など様々な場面へ応用可能である。本稿では特許価値評価における特許スコアリングの位置づけやスコアリング算出の考え方から、活用場面と使い方、そして活用する上での留意点について述べる。

## 2. 特許価値評価とスコアリング

### 2.1 特許価値評価における大前提

次節以降で特許価値評価の種類や考え方について説明していくが、特許価値評価の大前提として誰もが納得できる絶対的な価値評価手法はないと認識することが必要である。

特許を始めとする無形資産の価値評価については、不動産の地価や路線価<sup>9)</sup>のように、公的機関が定めた基準をベースとして資産価値評価できるものではなく、全世界的に統一された価値評価方法は現時点では確立されていないのが現状である。

### 2.2 特許価値評価の種類とスコアリングの位置づけ

特許スコアリングは特許価値評価の中の1つの評価手法であるため、まず特許価値評価の種類について概観しておく。

特許価値評価は評価対象、評価方法、そして評価者の3つの側面から分類することができ

る。以下の図1では評価対象、評価方法から見た特許価値評価の種類を示す(図1の整理方法はあくまで著者の分け方であって、定性評価に分類される評価であっても金銭的価値を算出する評価もありうる)。

	定性評価	定量評価
法律面	侵害鑑定・属否鑑定 有効性鑑定・無効鑑定	スコアリング・ レイティング
経済面	アウトカム評価 (定量評価も含む)	金銭的価値評価 (コスト法、マーケット 法、インカム法)
技術面	技術評価(目利き) 基礎技術・改良技術等	スコアリング・ レイティング

図1 特許価値評価の種類

評価対象は法律面、経済面、技術面、そして評価方法は定性または定量評価である。特許スコアリングは後述するように特許の出願・審査経過情報等に基づいて算出されるため法律的な面における定量評価と、特許分類などの技術的な側面を考慮する場合もあるため技術的な面における定量評価に位置づけられる。スコアリング結果は点数(例: 0~100点)やグレード(例: A, B, C)で示される。なお、グレード算出の裏付けとして点数を算出しているため定量評価としている。

経済的な定量評価である金銭的価値評価や、鑑定やアウトカム評価、技術評価等の定性評価については様々な書籍<sup>10)~14)</sup>や資料・論考<sup>15)~22)</sup>、動画<sup>23), 24)</sup>があるため本稿では説明を割愛する。

なお、特許価値評価の評価者としては企業のほか、特許事務所の弁理士や金融機関、ベンチャーキャピタル等の投資家、そして裁判所が挙げられ、それぞれ評価の目的が異なる<sup>25)</sup>。

### 2.3 特許スコアリングとその考え方

#### (1) 特許スコアリング・ツール

国内外ベンダーから提供されている主な特許

スコアリング・ツールを表1に示す。

表1 主な特許スコアリング・評価ツール<sup>26)</sup>

ベンダー名	特許スコアリング・ツール名
パテント・リザルト <sup>27)</sup>	✓ パテントスコア
工藤一郎 国際特許事務所 <sup>28)</sup>	✓ 特許競争力指標 (YK値)
アスタミューゼ <sup>29)</sup>	✓ トータルパテントアセット
パナソニックソリュー ションテクノロジー <sup>30)</sup>	PatentSQUARE ✓ KKスコア
レイテック <sup>31)</sup>	✓ PAT-ValueAs
レクシスネクシス・ ジャパン <sup>32)</sup>	✓ Patent Asset Index ✓ Competitive Impact ✓ Technology Relevance ✓ Market Coverage
クラリベイト・アナリ ティクス・ジャパン <sup>33)</sup>	✓ Domain influence ✓ Strategic importance ✓ Combined patent impact
クラリベイト・アナリ ティクス・ジャパン <sup>34)</sup>	Innography ✓ Patent Strength
Questel <sup>35)</sup>	Orbit Intelligence ✓ Technology Impact ✓ Market Strategy ✓ Patent Strength ✓ Patent Value ✓ Portfolio Value
ウィズドメイン <sup>36)</sup>	UltraPatent ✓ 特許評価等級 ✓ 特許価格推算レポート

ウィズドメイン (ULTRA Patent) の特許価格試算レポート<sup>36)</sup> は特許の市場規模, 利益寄与, 技術ライフスパン, 特許評価点数を基に価格を算出しているため経済的価値評価に分類されるが, その他はいずれも非経済的価値評価 (特許スコアリング) である。

## (2) 特許スコアリングの考え方

特許スコアリングのベースとなっているのは主に特許の出願・審査経過や訴訟などの公開情報である。特許スコアリングに用いる主な項目を表2に示す。

表2 特許スコアリングに用いる主な項目<sup>37)</sup>

観点	項目
自社注力度	✓ 審査請求 ✓ 早期審査 (早期権利化) ✓ 国内優先 ✓ 拒絶査定不服審判 ✓ 海外出願 (出願国) ✓ 権利残存期間 ✓ 引用文献 <sup>38)</sup> ✓ 訴訟
他社注目度	✓ 情報提供 ✓ 包袋閲覧請求 ✓ 被引用特許・回数 ✓ 異議申立 ✓ 無効審判
その他	✓ GDP ✓ GNI

特許スコアリングを考える上で, 自社および他社の両面から価値を捉える必要があるため, 表2では自社注力度と他社注目度と表現している。表1に示したツールのうちPatentSightのPatent Asset IndexやMarket Coverage, Orbit IntelligenceのMarket Strategy, Patent ValueおよびPortfolio Valueは, 市場価値を反映させるために, 出願・審査経過情報以外にGDP (国内総生産) やGNI (国民総所得) を用いているため, 表2ではその他の観点としてこれらを記載している。

審査請求や早期審査, 訴訟などは自社が取るアクションである。これらのアクションを取っていれば自社製品・サービスを保護するために積極的に出願・権利化や権利行使を図っているので自社としての注力度合いが高いと言える。

一方, 情報提供や包袋閲覧, 被引用は出願人自身が取れるアクションではなく (ただし, 日本の先行技術文献開示要件や米国のIDS等により自社特許を引用する場合もある), 他社が事業を遂行する上で自社特許が障害になっているために取るアクションである。そのため自社出願がどれだけ他社から注目されているかを示し

ている。

特許スコアリングを提供している各ベンダーはこれらの項目を適宜選択し重みづけを行った上でスコアを算出している。しかし、各ベンダーの算出方法の詳細は開示されておらず、ブラックボックスである<sup>39)</sup>。

なお、日本では特許情報標準データ（以前の整理標準化データ）が提供されているため、詳細な出願・審査経過情報が得られるが、日本以外でこのような詳細なデータを整備している特許庁は限られる。そのため、グローバルに特許スコアリングを行う場合、日付やIPCなどの技術分類、被引用回数といった主要国で等しく入手可能な項目に基づいているものが多い。

### 3. 特許スコアリングの活用場面と使い方

#### 3.1 特許スコアリングの活用場面

金銭的な特許価値評価には投資先・出資先の選別や事業計画の妥当性評価、証券化・信託化による資金調達、ライセンス料の決定など様々な活用場面がある<sup>40)</sup>。一方、特許スコアリングは過去から現在に至る特許活動である出願・審査経過等を基に算出しているため、金銭的価値評価とは活用場面が異なる。ここでは自社内での活用場面として特許ポートフォリオの棚卸（権利維持・放棄の検討）並びに技術動向分析・競合他社分析における自社ポジショニングおよび重要特許の把握の2つについて、実際に特許スコアリングで分析した事例を示す。

なお、本章で用いている特許スコアリングは日本特許を対象に以下の表3の項目を用いて、著者独自のMS Excelマクロで算出している<sup>41)</sup>。

表3 特許スコアリングの自社視点・他社視点スコアの項目（各項目の重みは同一）

観点	項目
自社注力度	✓ 権利状況
	✓ 出願先国数
	✓ 登録までの期間
	✓ 権利残存日数
	✓ 引用回数
	✓ 早期審査
	✓ 国内優先
	✓ 不服審判有無
他社注目度	✓ 被引用回数
	✓ 情報提供回数
	✓ 閲覧回数
	✓ 異議申立数
	✓ 無効審判数

#### 3.2 特許ポートフォリオの棚卸（権利維持・放棄の検討）<sup>42)</sup>

自社保有の特許権を維持するためには、維持年金が必要であり、多数の特許権を保有している場合、その費用は莫大なものとなる。そのため定期的に保有している特許権を適切に評価して、棚卸を行う必要がある。

ここでは、図2に示すように、自社の保有特許群を、事業での活用状況を踏まえつつ、特許スコアリングによって必要特許群と不要特許群に分け、必要特許群については権利維持、不要特許群については権利放棄または権利活用（他

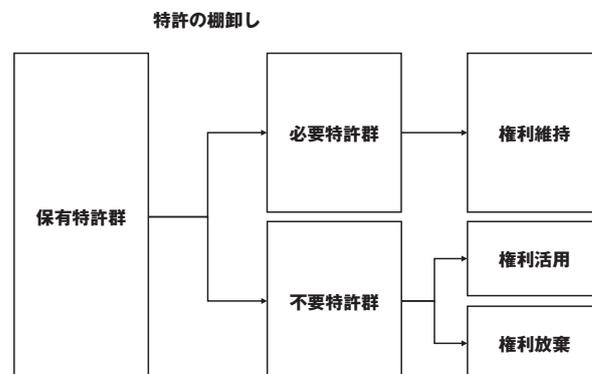


図2 特許の棚卸フロー

社へ売却，ライセンス等）によるマネタイズを  
するか検討するフローを想定する。

以下の図3に企業aのIPCサブクラス別ポジ  
ショニングマップを示す<sup>43)</sup>。横軸は各IPCサブ  
クラスが付与されている自社注力度スコアの平  
均値，縦軸が同様の他社注目度スコアの平均値  
である。

自社注力度スコアと他社注目度スコアが高い  
第1象限に位置する特許（H02PやB25Jなど）  
は権利維持，第3象限の左下に位置する特許  
（B23BやF16Cなど）は，自社のアクションも  
他社からのアクションもないため権利放棄の候  
補となる。

一方で，検討すべき領域は第2象限および第  
4象限である。第2象限（例：G01BやB21D）  
は自社注力度スコアが低いが，他社から注目さ  
れている特許である。自社製品・サービスには  
直接貢献していないかもしれないが，他社から  
の注目度が高いため，特許群の売却やライセン

スアウトによるマネタイズといった権利活用を  
検討すべき領域である。

一方，第4象限（例：H01FやG02Bなど）は  
自社注力度スコアが高く，他社注目度スコアが  
低い。自社製品・サービスに貢献している特許  
群であれば権利維持すべきであるが，仮に現行  
製品・サービスには活用していない特許であれ  
ば放棄することも検討すべきである。しかし，  
仮に自社が強力な特許ポートフォリオを構築し  
ていて他社が参入できないような独自技術を支  
える特許群であれば，そもそも他社注目度は低  
い（他社がその領域へ進出するために，自社特  
許へ何らかのアクションを起こさない，または  
他社がその領域へ特許出願を行わないので被引  
用が発生しない）と考えられるため，権利は維  
持すべきである。

以下の表4に，特定企業のIPCサブクラス別  
ポジショニングマップにおける各象限の捉え方  
をまとめる。

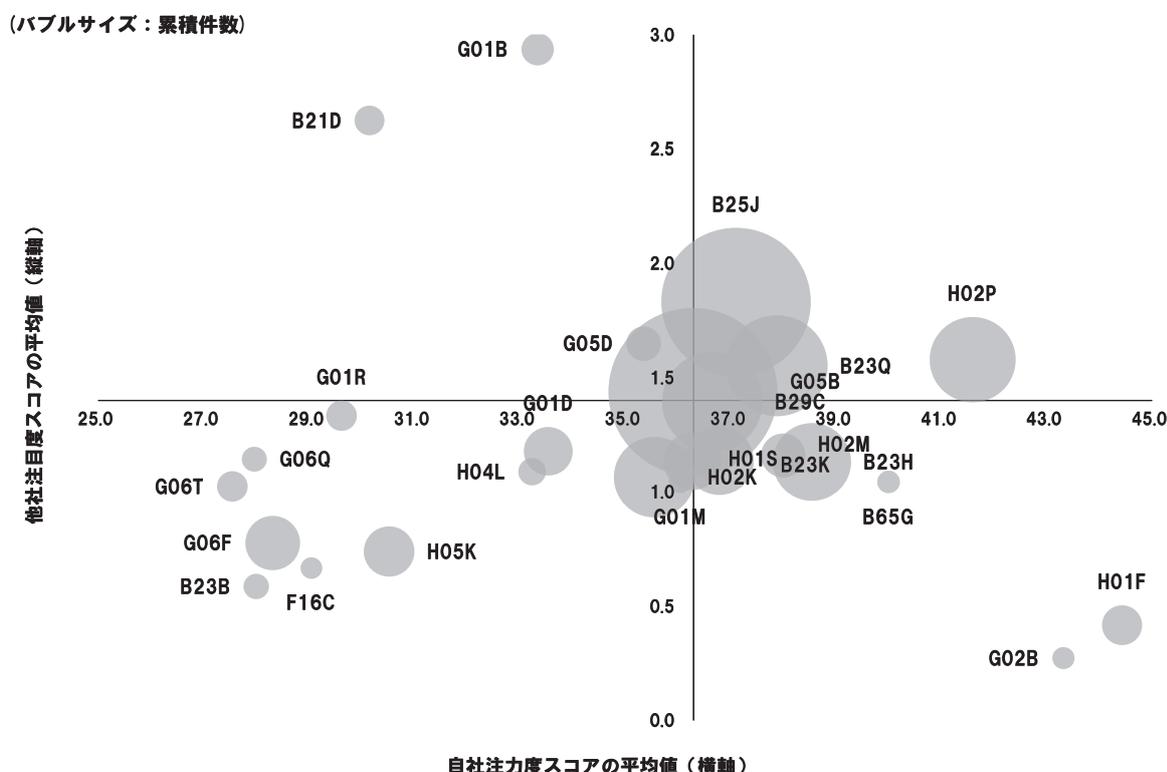


図3 特許スコアリングを用いた企業aのIPCサブクラス別ポジショニングマップ

表4 自社注力度・他社注目度スコアをベースとした特許棚卸の考え方

象限	各象限の捉え方 (自社=企業a)
第1象限	<p>自社注力度高い×他社注目度高い</p> <p>✓ 自社が注力しており、他社からも注目されているコア技術であり権利維持</p>
第2象限	<p>自社注力度低い×他社注目度高い</p> <p>✓ 自社はあまり注力していないが、他社からは注目されているため、事業継続しない場合はライセンス等による権利活用</p>
第3象限	<p>自社注力度低い×他社注目度低い</p> <p>✓ 自社でも注力しておらず、他社からも注目されていないため権利放棄(ただし出願からあまり時間が経たないうちはスコアが低い傾向にある)</p>
第4象限	<p>自社注力度高い×他注目度低い</p> <p>✓ 自社で注力しているが、他社からはあまり注目されていない。権利維持・放棄のいずれかを検討</p>

### 3.3 技術動向分析・競合他社分析における自社ポジショニングおよび重要特許の把握

知財情報を経営・事業に活かすIPランドス

ケープにおける自社ポジショニングの把握や競合他社との比較分析だけではなく、コーポレートガバナンス・コードに盛り込まれた「知的財産への投資」について取締役会や投資家向けに自社特許ポートフォリオの優位性を示すためにも特許スコアリングは活用できる。

ここでは、図4に機械学習を用いたロボット技術について特許スコアリングを行った出願人別ポジショニングマップを示す。横軸は各出願人の自社注力度スコアの平均値、縦軸が同様に他社注目度スコアの平均値である。

このようなマップを作成することで自社のポジションを把握することができる。仮に自社が第1象限に位置していれば、当該技術領域において特許スコアの面では競争優位に立っていると言える(仮に自社がH社で、競合A社の重要特許を把握したい場合は、A社の中で特許スコアが高いものをチェックする)。一方、新規参入したばかりだと第4象限または第3象限に位置することが多い。

以下の表5に、特定技術テーマの出願人別ポ

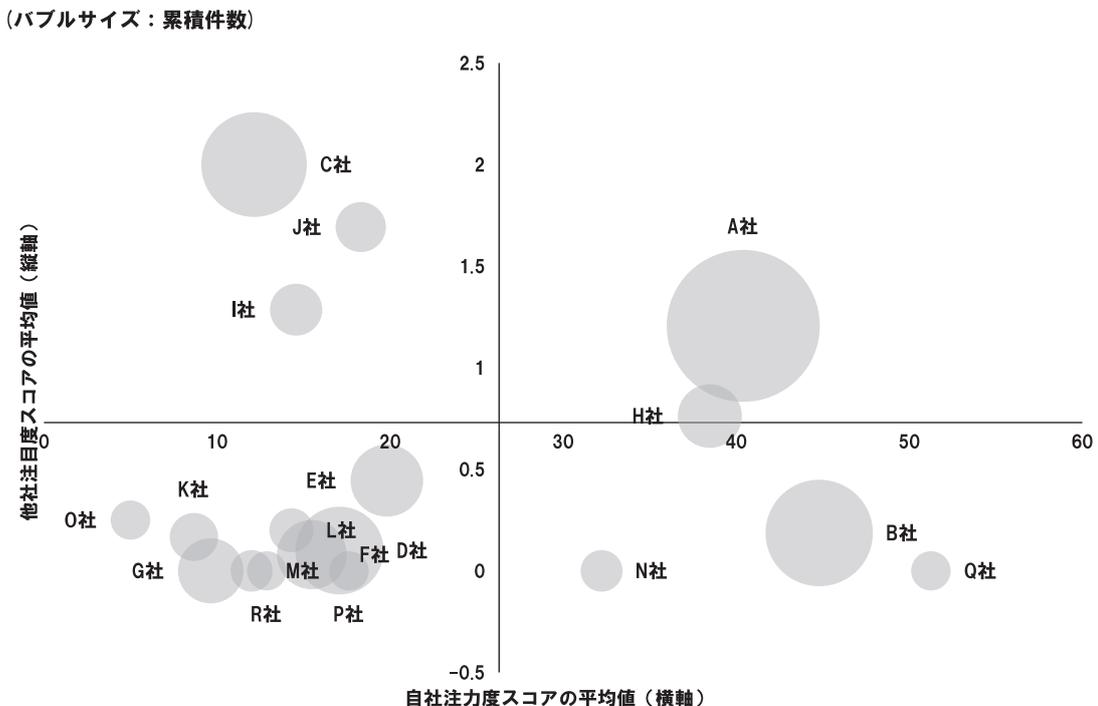


図4 特許スコアリングを用いた特定技術テーマの出願人別ポジショニングマップ

ジショニングマップにおける、各象限の捉え方をまとめる。

表5 自社注力度・他社注目度スコアをベースとした自社ポジショニングの考え方

象限	各象限の捉え方
第1象限	自社注力度高い×他社注目度高い ✓ 出願人自身でも注力しており、他出願人からも注目されている企業
第2象限	自社注力度低い×他社注目度高い ✓ 全体平均から見て出願人自身では注力していないが、他出願人からは注目されている企業
第3象限	自社注力度低い×他社注目度低い ✓ 出願人自身でも注力しておらず、他出願人からも注目されていない企業
第4象限	自社注力度高い×他社注目度低い ✓ 出願人自身で注力しているが、他出願人からはあまり注目されていない（しかし、今後成長していく可能性がある）企業

図4のマップはアライアンスやM&A先候補を検討する上でも利用できる。仮に自社が第4象限に位置しているB社とする。第2象限に位置しているC社は自社注力度スコアが低いが、他社注目度スコアが高いので、注目度の高い技術を有していると考えられる。B社が特許ポートフォリオの強化・拡充や自社製品・サービスラインナップの拡大を図るのであれば、アライアンス・買収先候補としてC社を検討すると良いだろう。

なお、図4では複数企業を同時にマッピングしているが、自社と特定企業1社のみを比較するのであれば、2社の技術分野（例：IPC）ごとの特許スコアリングでコンパラマップを作成すると良いだろう。

### 3.4 その他の活用場面

以上、紹介した2つの事例の他に、企業における特許スコアリングの活用場面としては

- ・ 公報査読の優先順位付け・漏れ防止
- ・ 職務発明報奨金

が挙げられる。仮に1,000件の特許を読み込む際、スコアが高い重要特許から順に読み進めたり、一度ノイズと判断した特許の中から漏れがないか再度チェックしたりするために特許スコアを用いることができる。また職務発明報奨金を算定する際に、事業への貢献度合いと合わせて特許スコアリングを活用することも考えられる。

評価者が企業以外の活用場面もありうる。金融機関であれば、融資を行う際に企業の保有している技術的優位性について特許スコアリングが活用できるだろう。また、投資家が投資先・出資先と競合他社のスコアを比較して、投資判断に活用することも考えられる。

## 4. 特許スコアリングを利用する際の留意点

本章では特許スコアリングを利用する際の留意点として、事業貢献の視点、業界・業種構造による出願特性、ノウハウの重要性、被引用回数の有効性および評価対象技術の新規性の5点について述べる。ただし、これらの留意点に対して著者自身が明確な解決手段を有しているわけではない点はご了承いただきたい。

### 4.1 事業貢献の視点

特許スコアリングは、出願・審査経過等の情報に基づいている。そのため個別特許や特許ポートフォリオが事業へどれだけ貢献しているかという視点が含まれていない。

特許スコアリングにおいて事業的な視点として出願国を考慮していても、あくまでも当該出願国において事業を実施する企業の意図（自社注力度）を示しているだけである。

事業への貢献という点では、図5に示すように、直接的な貢献と間接的な貢献の2種類がある。直接的な貢献は、自社製品・サービスを保護す

るための特許が、他社参入を防いでいるときである。一方、間接的な貢献とは、自社製品・サービスには直接関係ない防衛的な出願が、結果として他社の参入抑制に効いている場合である。



図5 事業貢献も含めた特許スコアリングの考え方

事業への直接的な貢献については自社特許に対しては一定の評価を行うことができるかもしれないが、間接的な貢献についての評価は困難である。この間接的な貢献について、他社からの被引用回数を用いることも考えられるが、次節で述べるように有効ではない可能性も考慮しておく必要がある。

なお、前章で特許ポートフォリオの棚卸（権利維持・放棄の検討）の例を示したが、特許スコアリングには事業貢献の視点が含まれていないため、現在の事業および将来の事業展開を踏まえた上で、スコアリング結果も加味しながら権利維持・放棄の検討を行うことが望ましい。

## 4. 2 業界・業種構造による出願特性

人工知能やメタバース、デジタルトランスフォーメーションなどの浸透により、業界・業種の境界線があいまいになっている昨今であるが、特許スコアリングを利用する上では、業界・業種による出願特性の違いを念頭に置く必要がある。

業界・業種による出願特性の違いを図6に示す<sup>44)</sup>。横軸に出願規模の多寡、縦軸に特許が競争優位性に効きやすいか否か<sup>45)</sup>を取っている。

情報通信や半導体、エレクトロニクスのように出願規模が大きく、特許ポートフォリオ全体



図6 業界・業種による出願特性の違い

として競争優位性に効く場合もあれば、医薬品のように基本物質特許1件で数百億円以上の売上高を支えている場合もあり、業界・業種によって特許の競争優位性への貢献の形態は異なる<sup>46)</sup>。

そのため特許スコアリングを行う際に、異業種と比較を行う際には注意が必要である。比較する際の基準がそろっていることを「Apple to Apple」というが、特許スコアリングを行う際にもこの「Apple to Apple」を常に意識する必要がある。

「Apple to Apple」ではない不適切な例として図7を示す。このマップでは簡易的な特許ス

(バブルサイズ=被引用回数)

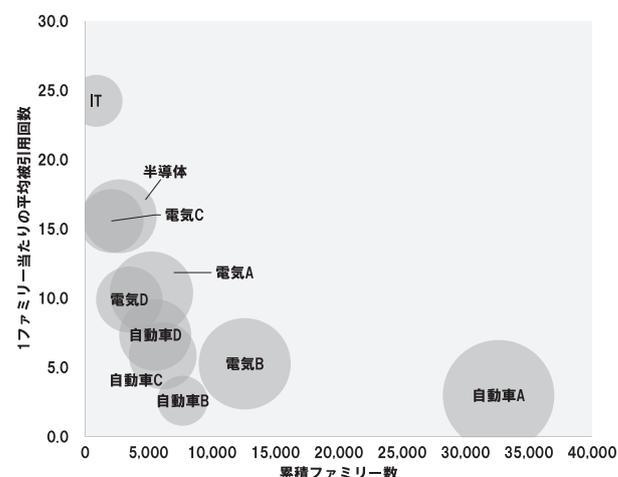


図7 脱炭素分野における累積ファミリー数・被引用回数から見た各社のポジショニング<sup>47)</sup>

コアリングとして、横軸に累積ファミリー数、縦軸に1ファミリーあたりの平均被引用回数、バブルサイズは各社の累積被引用回数を取っている。

対象技術は脱炭素（CPCのY02「天候変更の影響を緩和または適応するための技術または機器」）であり、比較対象として自動車、電気、半導体、IT企業が1つのマップに掲載されている。これら異なる業界の企業のCO<sub>2</sub>排出量規模も異なれば、取り組む脱炭素技術も異なるにも関わらず、1枚のマップ上に掲載することはミスリードしてしまう恐れがある。

また、仮に同じ業界・業種の企業同士の比較であったとしても、自社の事業ポートフォリオと比較対象企業の事業ポートフォリオが大きく異なる場合（例えば自社が化学企業で化成品、医薬、建材事業で構成されており、比較対象企業も化学企業であるが化成品事業のみ）も同様に注意が必要である。

### 4.3 ノウハウの重要性

特許スコアリングで利用している項目は公開情報であるため、当然のことながらノウハウ・営業秘密のような非公開情報は考慮されていない。自社については何がノウハウや営業秘密であるか把握できるが、競合他社のノウハウや営業秘密は公開されていないため、推測しなければならない<sup>48)</sup>。

故に、設計図や製造方法、リバースエンジニアリングできないような原材料の調合方法などが競争優位性の源泉となっている場合、特許スコアリングを用いた分析は好ましくない。

### 4.4 被引用回数の有効性

特許スコアリングでは対象特許の注目度合い（他社注目度）を測るために被引用回数を用いることが多い。被引用回数が多い特許ほど重要特許であると言われる<sup>49)</sup>が、被引用回数なども

加味した特許スコアリングの高い、いわゆる重要特許を保有していれば必ず業績が良いというわけではない（特許スコアリングと売上高に強い相関を示すケースが少なくないことを示した論考<sup>50)</sup>もある）。

被引用回数の有効性について、蓄光塗料（夜光塗料）を例に説明する。蓄光塗料ではP社が世界シェア70~80%を占めているが、図8に示す蓄光塗料関連日本特許の出願人別ポジショニングマップを見ると、世界シェアトップのP社は平均被引用回数、最大被引用回数ともに他社よりも圧倒的に少ないことが示されている。

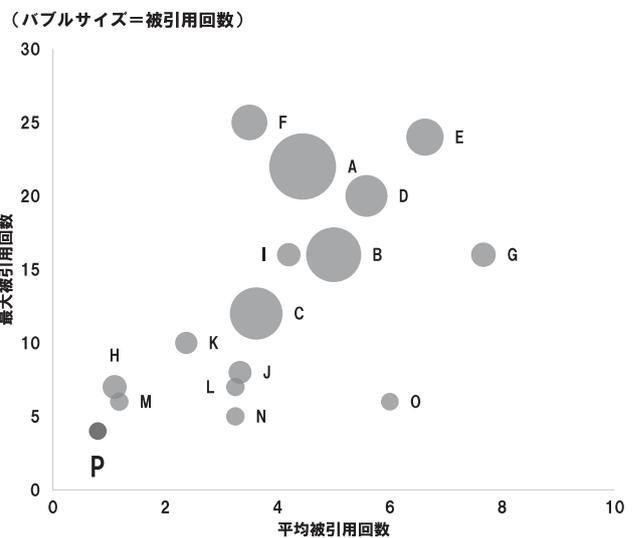


図8 グローバルニッチトップ企業の被引用回数から見た出願人別ポジショニングマップ

圧倒的な世界シェアを誇っている企業の特許でありながら被引用回数が少ない理由について考えてみる。

まず、数多くの被引用が生じるということは、対象領域へ多数の企業が参入し、出願規模が大きい、つまり競争が激しい領域であると考えられる。このような領域では特許プールやクロスライセンスなどの慣行があるため、被引用回数なども加味した特許スコアリングは有効であることが多い。

一方、グローバル市場を寡占している圧倒的

なりリーダー企業が存在する場合、参入企業数は極端に少なくなり、引用・被引用される機会自体が少なくなってしまう。

また、圧倒的なリーダー企業の特許権が強力な参入障壁となっている場合、特許権の存在自体で企業が新規参入を断念してしまう場合もありうる。そうすると特許権が強力すぎるが故に被引用回数が少なくなる可能性も考えられる。

なお、被引用については特許庁の調査研究報告書<sup>51)</sup>においても、

- ・「被引用」に依存した単一指標であると、引用の多寡のみで技術的価値が決まってしまう
- ・競争の少ない領域の技術や他社が追従しないようなオリジナリティのある技術は低い評価となってしまう傾向がある
- ・被引用は数値に反映されるまでにタイムラグがあり、先進性の高い最先端技術の評価には使いづらい

といった留意点が述べられている点について付言しておく。

#### 4. 5 評価対象技術の新規性

特許スコアリングを利用する際の最後の留意点は評価対象技術の新規性<sup>52)</sup>である。

既に市場に浸透している技術であれば、比較的评价は容易であるが、新規技術については実現可能性および市場浸透性が不確実であるため評価は著しく難しいことは容易に想像がつくだろう<sup>53)</sup>。新規技術の評価が難しいということは、その新規技術に関連する特許についての評価も同様に難しいことを意味する。前節で紹介した特許庁の報告書<sup>54)</sup>でも先進性の高い最先端技術の評価には被引用回数などを用いた特許スコアリングが使いにくい点が指摘されている。

このような新規技術について評価する場合、特許スコアリングの代替手段として考えられるのが論文や研究開発者の経歴である。論文であればインパクトファクター<sup>55)</sup>やジャーナルラン

キング<sup>56)</sup>などから影響力の大きい学術雑誌への投稿の有無を、また研究開発者（スタートアップであればCTO＝最高技術責任者）の出身企業や出身大学などから技術バックグラウンドや人的ネットワークを確認する。ただし論文の場合、事業化を念頭に置いた技術よりも、むしろ基礎的な研究が多いため、特許スコアリングの完全な代替になるわけではない。

本節の補足として、特許スコアリングの観点からは新規技術に限らず、出願されたばかりの特許にはスコアリングに用いるアクション（特に他社注目度）がない可能性が高く、スコアが低めに出てしまう傾向にある点も注意が必要である。比較的最近の出願に対して、ベンダーによっては過去のスコアを加味した補正スコアを利用している場合もあるが、あくまで外挿した値に過ぎない点に留意する必要がある。

#### 5. おわりに

以上、本稿では特許価値評価における特許スコアリングの位置づけから、その活用場面と使い方、そして活用する上での留意点について説明してきた。特許スコアリングは単なる出願件数の比較からは見いだすことのできない自社の強み・弱みについて可視化できる反面、利用方法を誤るとミスリードすることになりかねない。

本稿で述べたことは、すべてが過去の研究論文や定量的な裏付けに基づいたものではなく、著者の私見も含まれているが、今後の特許情報分析活動において特許スコアリングを効果的に活用する上で参考にしていただければ幸いである。

#### 注 記

- 1) 日本取引所グループ、コーポレートガバナンス・コード（2021年6月版）  
<https://www.jpx.co.jp/equities/listing/cg/>
- 2) 内閣府 知的財産戦略本部、知財・無形資産の投資・活用戦略の開示及びガバナンスに関する

- ガイドライン (2022)  
[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/tousi\\_kentokai/governance\\_guide\\_line\\_v1.html](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/tousi_kentokai/governance_guide_line_v1.html)
- 3) 旭化成, 知財戦略説明会 (2022)  
<https://www.asahi-kasei.com/jp/news/2022/ze220707.html>
- 4) 帝人, 第156期有価証券報告書 (2022)  
<https://www.teijin.co.jp/ir/library/business-report/>
- 5) 日本特許庁, 産業構造審議会知的財産分科会・第40回特許制度小委員会 (2020)  
[https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/tokkyo\\_shoi/40-shiryu.html](https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/tokkyo_shoi/40-shiryu.html)
- 6) 日本特許庁, 特許情報に基づく特許価値の分析と検証に関する調査研究報告書, 令和3年度産業財産権制度各国比較調査研究 (2022)  
[https://www.jpo.go.jp/resources/report/takoku/zaisanken\\_kouhyou.html](https://www.jpo.go.jp/resources/report/takoku/zaisanken_kouhyou.html)
- 7) 日本特許庁, 経営戦略に資する知財情報分析・活用に関する調査研究 (2021)  
<https://www.jpo.go.jp/support/general/chizai-jobobunseki-report.html>
- 8) 日本特許庁, IPランドスケープのススメ「旭化成株式会社」, 広報誌「とつきよ」, 2021年9月14日発行号 (2021)  
[https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol49/01\\_page1.html](https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol49/01_page1.html)
- 9) ウィキペディア, 路線価  
<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%B7%AF%E7%B7%9A%E4%BE%A1>
- 10) 山本大輔, 入門 知的資産の価値評価, 東洋経済新報社 (2002)
- 11) 寺本義也ら, 最新技術評価法, 日経BP (2003)
- 12) ピーター・ボイアー, 技術価値評価—R&Dが生み出す経済的価値を予測する, 日本経済新聞出版 (2004)
- 13) 松井憲一, 技術系ベンチャーのイノベーション評価法, ダイヤモンド社 (2005)
- 14) 大津洋夫, 知財活用の局面・目的に応じた知的財産価値評価の実務, 経済産業調査会 (2019)
- 15) 日本特許庁, 特許評価指標 (技術移転版) (2000)  
<https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/246190/www.jpo.go.jp/torikumi/hiroba/tokuiten.htm>
- 16) 丸島儀一, 知的財産権価値評価ガイドライン (第1号) の公表と知的財産価値評価センターの活動紹介, パテント, Vol.60, No.1, p.6 (2007)
- 17) 大津山秀樹, 特許評価手法, 平成20年度特許流通講座 (実務編) (2008)  
[https://www.inpit.go.jp/blob/katsuyo/pdf/training/2\\_01.pdf](https://www.inpit.go.jp/blob/katsuyo/pdf/training/2_01.pdf)
- 18) 知的財産価値評価推進センター, 弁理士が行う新たな鑑定業務 (知的財産権価値評価業務) - 特許権評価事例, 商標権評価事例等への係わり方 - (1), パテント, Vol.63, No.7, p.97 (2010)
- 19) 知的財産価値評価推進センター, 弁理士が行う新たな鑑定業務 (知的財産権価値評価業務) - 特許権評価事例, 商標権評価事例等への係わり方 - (2), パテント, Vol.63, No.8, p.66 (2010)
- 20) 石井康之, 知的財産の価値評価について, 産業財産権人材育成協力事業 知的財産権テキスト (2017)
- 21) 日本知的財産協会 総合企画委員会, 知的財産権の価値評価手法, 知財管理, Vol.69, No.4, p.601 (2019)
- 22) 国立研究開発法人産業技術総合研究所, 特許を活用したアウトカム追跡手法に関する調査 1 特許活用マニュアル (2005)
- 23) 安高史朗の知財解説チャンネル, 弁理士・公認会計士が「知財の金銭的価値評価」について語る  
<https://www.youtube.com/watch?v=kAKPQMVaMns> (参照日: 2022年12月1日)
- 24) 安高史朗の知財解説チャンネル, 弁理士・公認会計士が知財の金銭的価値評価について語る (後編)  
<https://www.youtube.com/watch?v=v8EITeLxcYM> (参照日: 2022年12月1日)
- 25) 日本弁理士会 発明等評価検討委員会, 知的財産価値評価のニーズ調査報告書 (2002)
- 26) 会社名, 製品名などの固有名詞は各社の商標または登録商標である。なお本稿ではTM, ®マークは省略している。
- 27) 株式会社パテント・リザルト, パテントスコアとは?  
<https://www.patentresult.co.jp/about-patentscore.html>
- 28) 工藤一郎国際特許事務所, YKS手法のご紹介  
[http://www.kudopatent.com/casestudy/yks\\_info.html](http://www.kudopatent.com/casestudy/yks_info.html)
- 29) アスタミューゼ株式会社, トータルパテントア

- セットについて  
<https://www.thecode-online.com/about-total-patent-asset>
- 30) 株式会社アス, ATMS PatentSQUARE  
[https://www.asu.co.jp/solution/ip\\_legal/ip\\_dept/patent\\_square.html](https://www.asu.co.jp/solution/ip_legal/ip_dept/patent_square.html)
- 31) 株式会社レイテック, PAT-ValueAs  
<https://www.raytec.co.jp/system-tools/pat-valueas>
- 32) レクシスネクシス・ジャパン株式会社, PatentSightの手法と指標について  
[https://knowledge.lexisnexisip.com/patent\\_sight/main-indicators-jp](https://knowledge.lexisnexisip.com/patent_sight/main-indicators-jp)
- 33) クラリベイト・アナリティクス・ジャパン株式会社, 特許価値指標とイベント予測指標の活用  
[https://clarivate.com/ja/wp-content/uploads/sites/15/2022/09/Derwent-webinar-%E6%8C%87%E6%A8%99\\_%E6%96%B0%E6%A9%9F%E8%83%BD%E2%80%9720200612a.pdf](https://clarivate.com/ja/wp-content/uploads/sites/15/2022/09/Derwent-webinar-%E6%8C%87%E6%A8%99_%E6%96%B0%E6%A9%9F%E8%83%BD%E2%80%9720200612a.pdf)
- 34) クラリベイト・アナリティクス・ジャパン株式会社, Innography  
<https://clarivate.com/derwent/ja/solutions/innography/>
- 35) Questel SAS, Orbit Intelligence, 特許指標(メトリクス)—評価指標  
<https://intelligence.help.questel.com/ja-JP/support/solutions/folders/77000302230>
- 36) 株式会社ウイズドメイン, ULTRA Patent, 評価レポート  
<https://www.ultra-patent.jp/About/Features#explicate09>
- 37) 特許スコアの代表的な評価因子については、「日本知的財産協会 情報活用委員会 第1小委員会, データベース搭載の特許スコアを活用した企業価値評価の研究, Vol.71, No.10, p.1339 (2021)」の表2にまとめられている。
- 38) 先行技術文献情報開示要件(日本特許法第36条第4項第2号)や米国のIDS (Information Disclosure Statement: 情報開示義務)等によって出願人自らが積極的に引用文献(=先行文献)を提出可能な点, そして引用文献数が多いと無効化するための公知文献を探すのが困難になる点を踏まえて自社注力度に引用文献数を含めている。
- 39) 全ベンダーのスコアリング算出方法が完全なブラックボックスというわけではなく, 中にはパテント・リザルト社(例:特許第4344813号)や工藤一郎国際特許事務所(例:特許第5273840号), PatentSight社(例:US10380147B1)のように特許明細書において算出方法について開示している場合もある(ただし特許の内容と実際のスコアリングが同一ではない場合もありうる)。
- 40) 前掲注17)
- 41) 著者のMS Excelマクロでは, Excelリストでダウンロード可能な任意の項目を用いて, 各項目の重みも適宜調整の上, 自社注力度スコア・他社注目度スコアおよび総合スコアを算出できる。スコアリングに用いる項目やその重みを任意に変更できるようにしている理由としては, 分析対象テーマによっては必要な項目のみを選択可能とするためである(例:ドメスティックな業界・業種の場合, 海外出願の有無は対象外)。
- 42) 野崎篤志, 知財価値評価による特許の棚卸しと権利維持・放棄判断への活用, 経営・事業戦略に貢献する知財価値評価と効果的な活用法, 技術情報協会, p.361 (2021)  
<https://note.com/anozaki/n/n235b05bbd961>
- 43) 本稿では棚卸対象単位としてIPCサブクラスを用いているが, 実際の企業における棚卸の際は, 自社製品・サービスまたは研究開発テーマなどの独自軸を用いることが望ましい。
- 44) 野崎篤志, IPランドスケープの底流—情報分析を組織に定着させるために, IPジャーナル, Vol.9, p.32 (2019)
- 45) ここでいう「特許が競争優位性に効きやすいか否か」というのは, 著者の経験等に依るものであり, 定量的な根拠に基づくものではない。
- 46) 野崎篤志, 業界・業種による特許価値の違いと“知的財産・知的資産”価値評価の試案, 2021年7月知財ガバナンス研究会 (2021)  
<https://note.com/anozaki/n/nba46edf1cea9>
- 47) 野崎篤志, 日経の特許分析記事について検証してみた—脱炭素特許, トヨタが出願トップ 総合力はサムスン首位—  
<https://note.com/anozaki/n/nd3ff99e94e18> (参照日:2022年12月1日)
- 48) ノウハウによる製品・サービスの保護の成功事例として「小川紘一, 製品アーキテクチャ論から見たDVDの標準化・事業戦略—日本企業の新たな勝ちパターン構築を求めて—, 東京大学COE ものづくり経営研究センター MMRC

Discussion Paper No.64 (2006)」に取り上げられている三菱化学メディアのAZO系色素材料を参照。

- 49) Mark P. Carpenter et al, Citation rates to technologically important patents, World Patent Information, Vol.3, No.4, p.160 (1981)
- 50) 日本知的財産協会 情報活用委員会 第3小委員会, 特許スコアの活用に関する研究, Vol.72, No.11, p.1358 (2022)
- 51) 前掲注6)
- 52) R. ラズガイティス, アーリーステージ知財の価値評価と価格設定, 中央経済社 (2004)
- 53) ジェフリー・ムーアは『キャズム』(翔泳社, 2002)においてテクノロジー・ライフサイクルを考案し, 顧客層をイノベーター, アーリー・アダプター, アーリー・マジョリティ, レイト・マジョリティー, ラガードの5つの領域に分け

ている。新規技術が市場に浸透するかはアーリー・アダプターとアーリー・マジョリティの間に存在するキャズムを乗り越える必要がある。いくら技術的に優れていても, ビジネスとして成功しなければ事業的観点での特許の価値は低いと言わざるを得ない。

- 54) 前掲注6)
- 55) 棚橋佳子, ジャーナル・インパクトファクターの基礎知識: ライデン声明以降のJIF, 樹村房 (2022)
- 56) たとえばSJR: Scientific Journal Rankingsなどがある  
<https://www.scimagojr.com/journalrank.php>  
(URL参照日は23), (24), (47)を除き全て2022年11月30日)

(原稿受領日 2022年12月2日)

