

[SWIM 2012年度第4回研究会]

# ビジネスモデルの動向と ビジネス方法特許

2013年2月20日

幡鎌 博

文教大学 情報学部

# 発表の構成

1. 幡鎌の最近の研究分野
2. ビジネス方法特許とは
3. ビジネス方法特許の状況
4. ビジネスモデルのパターン
5. ビジネスモデル創出のための方策
6. まとめ

# 幡鎌の最近の研究分野

## eビジネスの研究

「eビジネスの教科書」(第四版)、創成社、2012年3月.

「アマゾン・コム戦略分析」文教大学 情報学研究科 IT News Letter 8, 1. 2012年.

## 知的財産制度の研究(特許に代わる制度)

「発明のコモンズ」、創成社、2010年.

「特許制度に代わる登録発明実施料分配制度の提案と課題」, 日本知財学会 第9回年次学術研究発表会, 2011年6月.

「現在の特許制度の問題とコモンズの制度的可能性」OHM 2012年6月号.

## ビジネスモデル、サービスイノベーション

サービスのビジネスモデル構築に関する論文を投稿中。

「ビジネスモデル設計演習」という科目を担当予定。

# ビジネス方法特許とは

ビジネスの仕組みを実現するシステム（主にソフトウェア）  
を権利化

- ・流通、金融、サービス、広告、SCMなどの仕組み。

どこを権利化

- ・ビジネス全体 --- 新規のビジネスモデルの核となる仕組み
- ・機能レベル --- 1つ1つの機能
- ・画面レベルも  
「増田足チャートの生成表示装置」(特許第4331229号) --- 株価チャートに  
関しての特許

# ビジネス方法特許の状況

特許庁「ビジネス関連発明の最近の動向について」2012.10

- ・2000年をピークに出願数が減少。ただし近年下げ止まりの傾向。

2012年の公開件数は前年比1%増加

- ・特許査定率 (特許成立する率) = 2003年～2006年は8%程度。  
2007年以降上昇傾向、2011年には暫定値で約37%。

## 最近のビジネス方法特許の出願状況

大手製造業からの出願がなお多い。

一般のサービス企業では、広告は多く、金融・流通も一部の企業の出願は目立つが、他のサービス業界からの出願は少ない。

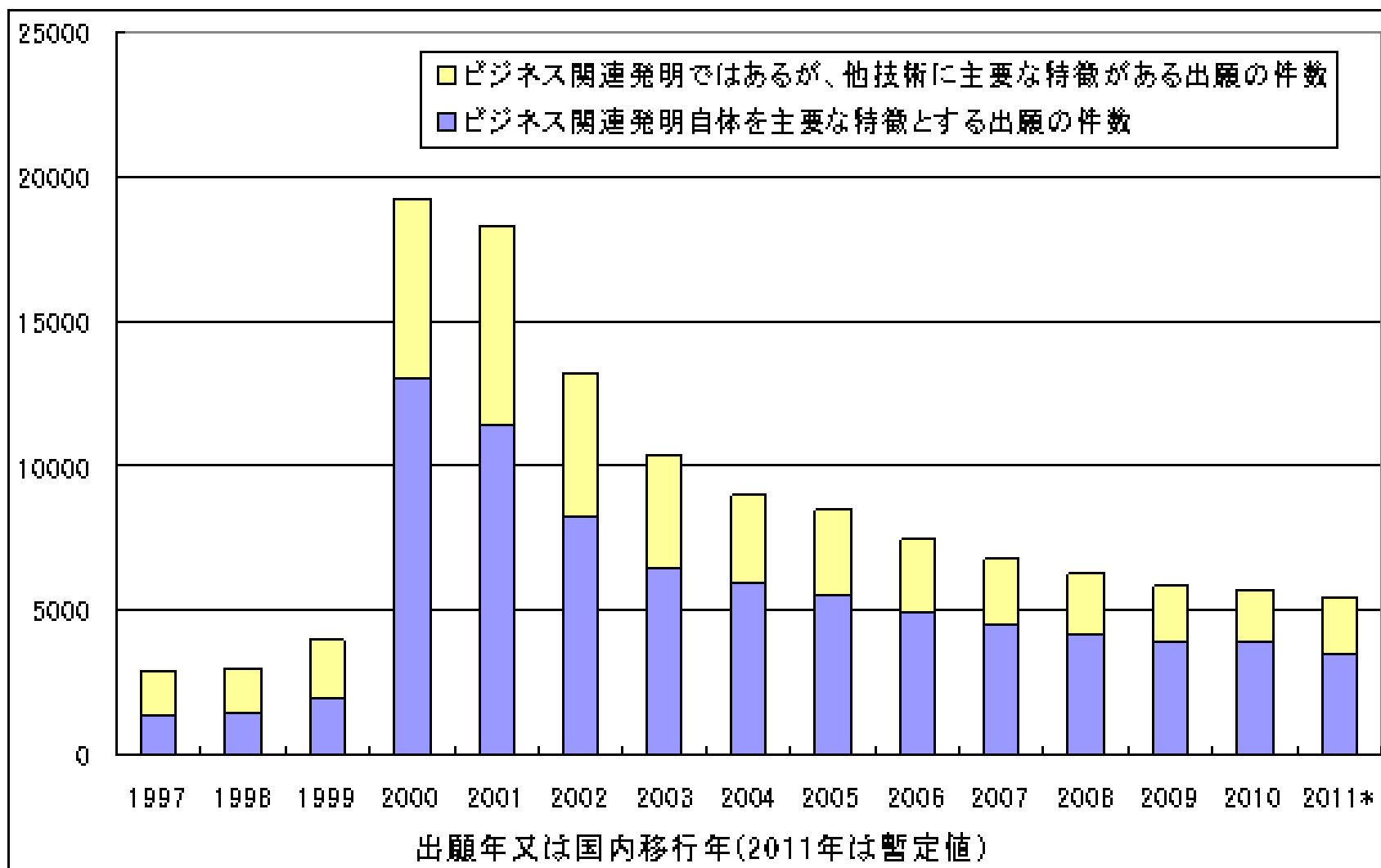
ネットベンチャーからの出願数は低迷が続く。

ネット大手(ヤフー・楽天)の出願数は、大きく増加している。

発明の高度化(BtoBの特許増など)により特許査定率が上昇？

# ビジネス関連発明の出願数の推移

特許庁の発表(2012.10)より



# ビジネス方法特許の成立状況

プライスラインの逆オークション特許 (name your own price) 1997年出願  
「条件付購入申込管理システム」(特許4803852号)  
「条件付購入申込システム」(特許第4921447号)

アマゾンの1クリック特許 1998年出願

「ギフト発送方法及びそのシステム」(特許4937434号)

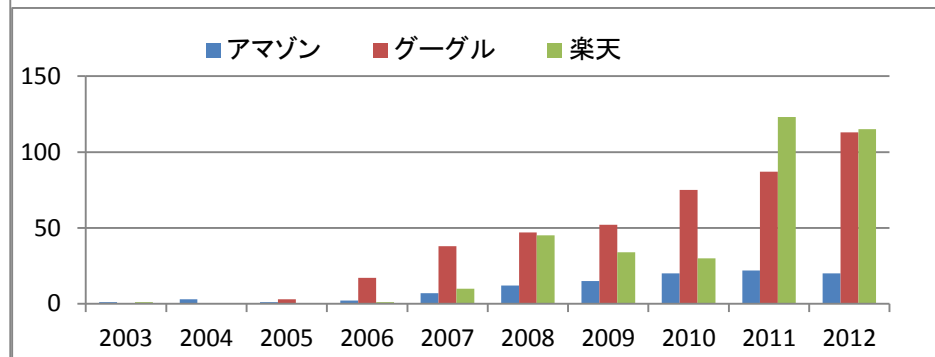
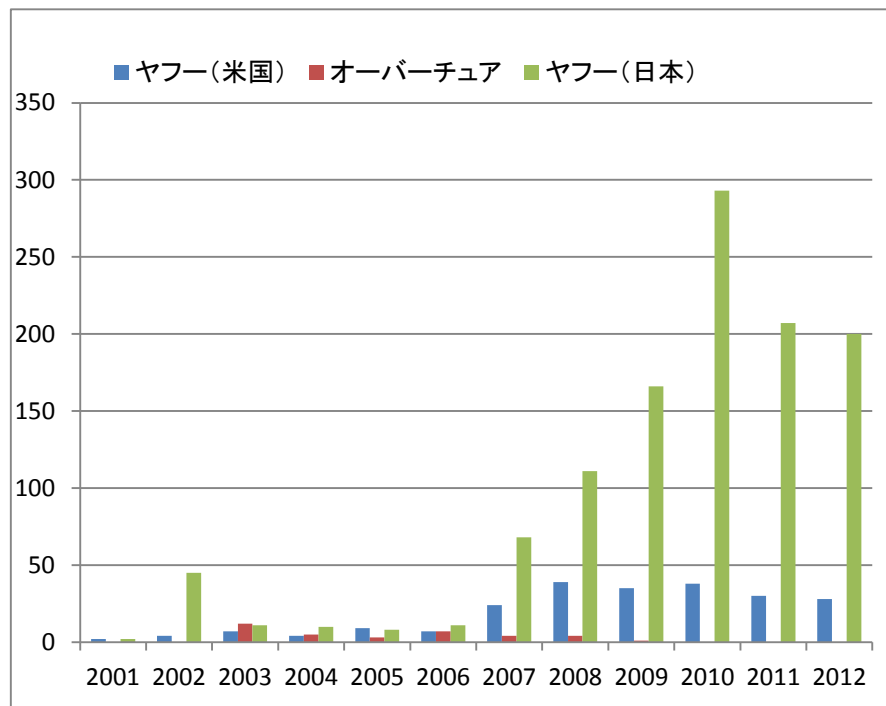
「アイテムを注文するためのクライアント・システムにおける方法及び  
アイテムの注文を受け付けるサーバ・システムにおける方法」(特許  
4959817号)

フェイスブック「ソーシャルネットワークのユーザについてのニュース配  
信を動的に提供するシステムおよび方法」(特許4866463号)  
ニュースフィード機能の特許。

# ヤフー・アマゾン・グーグル・楽天の出願状況

2001年から2012年迄の特許出願の公開件数

ヤフー(日本)、楽天、グーグルの出願が増加



ヤフー株式会社の2010年の出願は293件。  
2011年の出願は207件。  
2012年の成立は200件。

楽天の2011年の出願は123件。  
2012年の出願は115件。



# ネット企業の出願状況

主なネット企業の国内での特許公開中のBMP件数・BMP率  
(2011年まで)

	ヤフー (米国)	オーバー チュア	ヤフー (日本)	アマゾン	グーグル	楽天
全公開件数	199	36	932	87	319	252
BMP件数	58	23	381	36	141	172
BMP率	0.29	0.64	0.41	0.41	0.44	0.68

# 各社が重点的に出願している分野

## グーグル

ビジネス方法特許については、広告が中心(89%)。

## アマゾン

BtoCの利用者向け機能とマーチャント向け機能の出願。

フルフィルメント関連の出願もあり(G06F17/60 116の付いた4件)

## ヤフージャパン

オークション、広告、BtoC、他社との連携 (ID連携など)。

大量出願戦略? 実施していないアイデアレベルも特許出願?

## 楽天

モールの仕組み、出店者支援、楽天くじメール、オークションなど。

# ネットのモールに関する各社の特許出願

出店者を囲い込む競争 ← マルチホーミング (複数のモールに出店)  
共通在庫に見えるソフトやASPを利用

アマゾン --- 「地球上で最もお客様を大切にする企業」の方針

「商品権限 (ITEM AUTHORITY) を管理する方法およびシステム」(特許第4597122号) --- BtoCでは利用者側を最重視した SDP (Single Detail Page) を実現する仕組み (同じ商品が複数企業から出品されても商品ページは1つ) マーケットプレイス商品リスト作成方法などの仕組みの特許も。

ヤフー --- 情報の整理に力を入れている

カテゴリ頻度とストア頻度との比率から分類規則情報を生成する仕組みの特許。  
「商品紹介サービス提供方法、商品紹介サービス提供システム」(特許第4215935号) は、「この商品を友達にすすめる」でメールが送られる仕組み。

楽天 --- 加盟店支援に力を入れている

加盟店に対して決済に関する情報を注文に関する情報と一括して管理する出願  
など。  
2013.2.20

# 広告の特許の例

## ヤフー株式会社の行動ターゲティング広告

「情報提供方法、情報提供システム」(特許第4716889号)

ユーザが入力した検索キーワードを記憶し、記憶された検索キーワードが使用される傾向から広告情報を提供する仕組みの特許。

## オーバチュア (ヤフーが吸収) の検索連動型広告

「コンピュータ・ネットワーク・サーチエンジンにより生成されたサーチ結果リスト上の位置に影響を与えるための方法及びシステム」(特許第3676999号)

\* これらの周辺特許・改良特許の出願も多い。

## 広告でのBtoBの特許

DAC (デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム)

AD-Visor(デジタル広告のプランニング) 特許4199434、特許4362117

イールドワン(ネット広告の自動取引 RTB) 特許5080630

## 電通

オファー型広告「広告枠取引方法及びシステム」(特許第3539950号)

# その他のeビジネス向け特許の例

## Amazonのリコメンデーションの仕組み

コラボレーティブリコメンデーション --- 米国で特許成立

System and methods for collaborative recommendations (USP 6,064,980)

「アフィリエイトウェブサイトパフォーマンスのコンピュータベース解析」(特許4526567号)  
は、併買率の分析などから購入可能性が高い商品を紹介

## 楽天動画チャンネル「ウィンウィン(Win-Win)リンク」の特許

「アフィリエイト分配装置、アフィリエイト分配システム、アフィリエイト分配方法、アフィリエイト分配プログラムおよびコンピュータ読み取り可能な記録媒体〜」(特許4741034号)

## Maipon特許(凸版印刷)

「広告情報の供給方法およびその登録方法」(特許第2756483号) 等、計10特許。

## J-CASTのエリアターゲティング特許

「ウェブページ閲覧方法およびこの方法を用いた装置」(特許第3254422号)。

IPアドレスから利用者の住む地域を求め、地域毎の情報(天気/広告等)を表示。

## ツタヤオンライン

「クーポンシステム」(特許第3605758号)

## ぴあ、電子チケットに電子クーポンを関連付ける特許

「電子クーポン割当システム及びそれを実現するためのコンピュータプログラムと方法」  
(特許第4153249号)

# 金融関連のビジネス方法特許の例

全体的には減少傾向。ペイパルなど非銀行業からの出願が増加。

カブドットコム証券 = 株自動発注に関する特許など

「売買注文自動発注装置及び～」(特許第3875206号) --- 逆指値  
特許第3734168号 --- 土指値、特許第3754009号 --- W指値

三井住友銀行

「認証情報入力システム、認証情報保管システム、認証情報入力方法および認証情報入力プログラム」(特許第3520264号) --- アカウントアグリゲーションの仕組み。

鹿児島銀行とフューチャーアーキテクト

「融資管理システム」(特許第4246658号) --- 融資管理業務の仕組み

電子手形サービス「電手」= 三菱東京UFJ銀行系

特許第4550156号、特許第4540002号、特許第4201824号

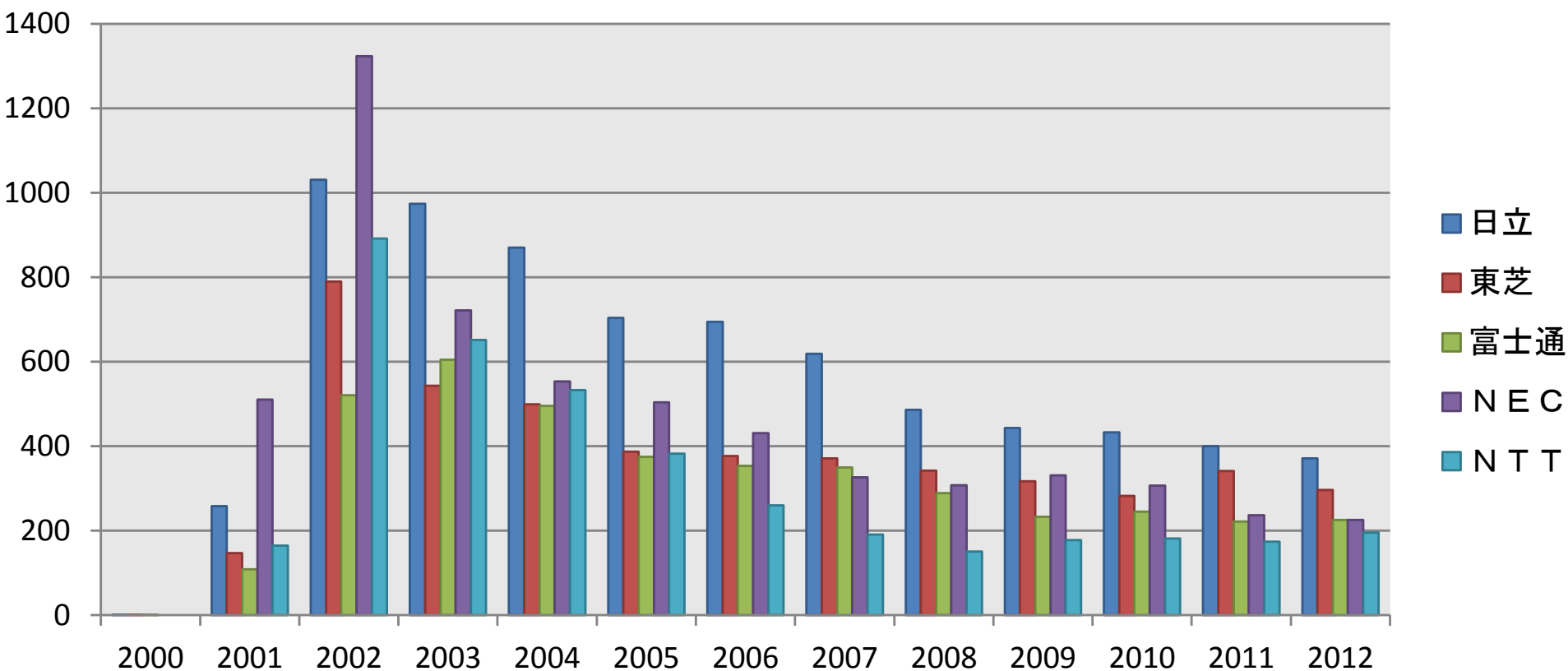
# 主なITベンダーの出願状況

日本電気 --- 2000~2001年、いち早くビジネス方法特許を大量出願

→ 特許査定率は他のITベンダーよりも低い

日立と東芝 --- BtoB(企業間)の出願が目立つ

→ BtoBはここ5年間位は横ばい



# 主なITベンダーの出願状況

## 主なITベンダーのBtoB分野の特許公開件数

日立と東芝 --- BtoBの出願が目立つ。ここ5年間位は横ばい。

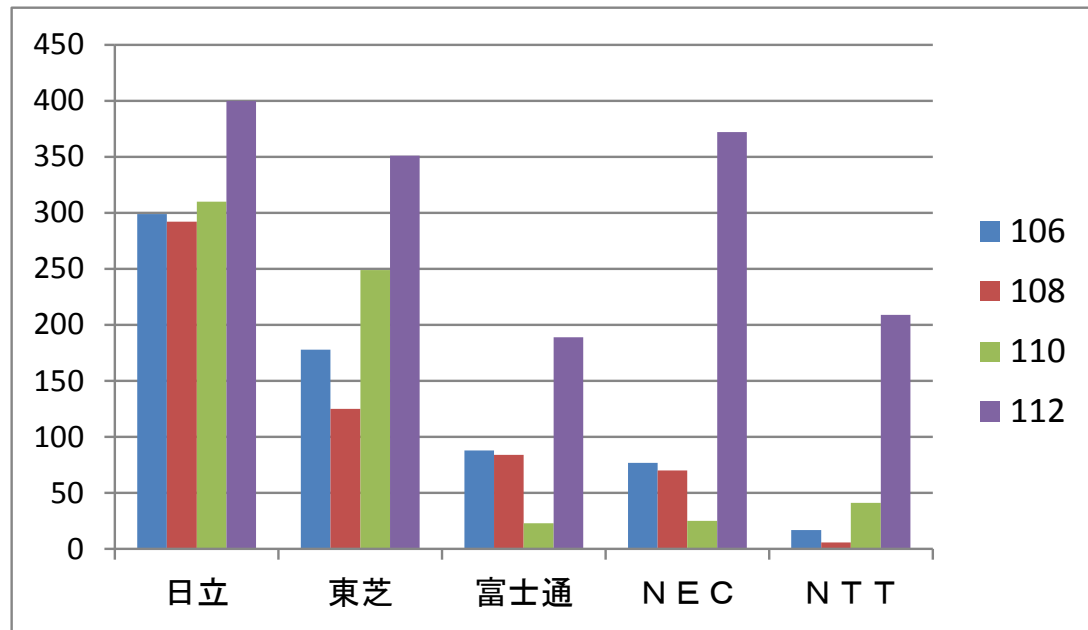
展開記号(G06F 17/60 中)

106 = 製造業のための業務システム

108 = 生産管理

110 = 電気・ガス・熱供給・水道業のための業務システム

112 = 運輸・通信業のための業務システム



2013.2.20



# 今後の見通しと長期的な問題

## 競争激化？

米国では、ソフトウェア特許（スマホ関連など）の訴訟が激化。

米国では、Yahoo・Googleは既に1000件以上の特許を持っている。

（フェイスブックも、2012年に750件を購入している）

日本でも、キープレイヤーが着実に特許を増やしている。

→ 日本でも競争の攻防の武器として使われるようになるか？

## 長期的な問題 = 制度論

コモンズの制度？ 今の制度では、侵害し合うと互いにサービスを提供できなくなる？

ビジネス方法特許・ソフト特許の保護期間短縮？ (アマゾン ベゾス)

Innovator's Patent Agreement? (Twitter)

発明者の同意なしには攻撃的訴訟に特許を利用できなくする。

# ビジネスモデルとは

ビジネスモデルとは、どのように価値を創造し、顧客に届けるかを論理的に記述したもの

「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」  
アレックス・オスターワルダー, イヴ・ピニユール、翔泳社  
(2012/2/10)

# ビジネスモデルキャンバス

ビジネスモデルキャンバスは、

ビジネスモデルを9つの構築ブロックに分解し整理

企業視点

ユーザ視点

パートナー	主要活動	価値提案	顧客との関係	顧客セグメント
	リソース		チャネル	

コスト構造

収益の流れ

利益コスト視点

# ビジネスモデルキャンバス

## ビジネスモデルキャンバスの構築ブロック

1. 顧客セグメント...誰のために価値を想像するのか？最も重要な顧客は誰なのか？
2. 価値提案...顧客にどんな価値を提供するのか？顧客セグメントに対してどんな製品とサービスを提供するのか？
3. チャンネル...どのようにコミュニケーションし、価値を届けるのか？
4. 顧客との関係...顧客セグメントがどんな関係を構築、維持して欲しいと期待しているのか？
5. 収益の流れ...顧客はどんな価値にお金を払おうとするのか？
6. リソース...価値を提案するのに必要な資産はなんだろうか？
7. 主要活動...価値を提案するのに必要な活動は何なのか？
8. パートナー...主要なパートナーは誰だろうか。主要なサプライヤーは？
9. コスト構造...ビジネスにおいて特有の最も重要なコストはなんだろうか？

# ビジネスモデルのパターン

アンバンドル

垂直統合

ロングテール

マルチサイドプラットフォーム

フリー戦略

成功報酬

(オープンビジネスモデル)

# ビジネスモデルパターン = アンバンドル

## アンバンドル

根本的に異なるビジネスタイプ ⇒ どれかに特化  
例えば、顧客ビジネス、製品ビジネス、インフラビジネス

## 銀行ビジネスなど

プライベートバンキング

セブン銀行は？

ATM関連の特許出願が3件公開。

総合警備保障(パートナー)から、ATM運用に関する特許出願3件。

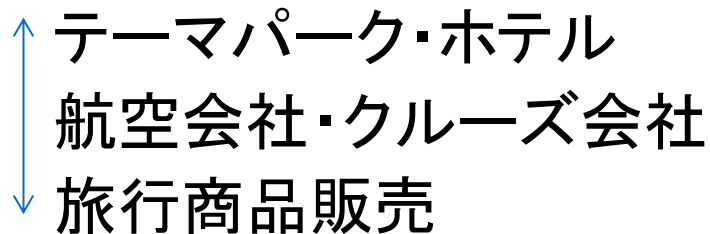
\* アンバンドル戦略の場合、絞った分野の技術を集中して権利化すべき。

# ビジネスモデルパターン = 垂直統合

## サービスも垂直統合へ

- ・アマゾン・コム

- ・HIS



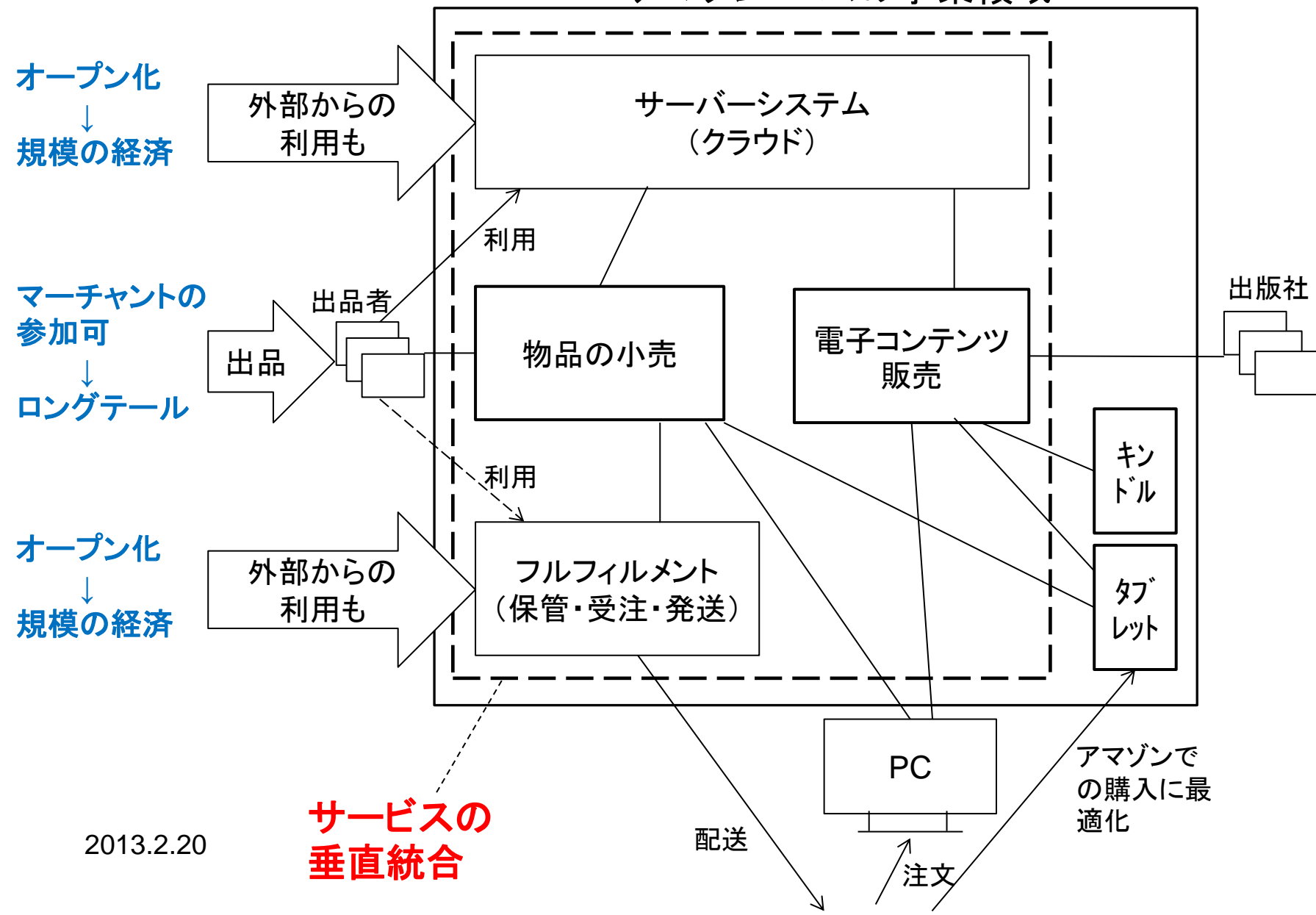
差別化 (交通手段から宿泊施設まで自前の商品)。

旅行需要の創出。

販売機会のロスや潜在需要の取り逃がしを防ぐ(チャーター便等)。

# ビジネスモデルのパターン＝垂直統合

アマゾン・コムの実業領域



2013.2.20

サービスの  
垂直統合



# ビジネスモデルパターン = ロングテール

## ロングテールビジネスモデル

多くのものを少しずつ販売するモデル。

あまり頻繁に売れないニッチ製品を数多く提供。

ロングテールビジネスモデルは、低い在庫コストに加え、ニッチコンテンツに興味のある購入者が手に入れられるようにするしっかりとしたプラットフォームが必要。

ロングテールにいざなうレコメンデーションも重要な技術。  
特許分類の細展開は「G06F17/60 330」

検索連動型広告 --- ニッチな広告キーワードのロングテール

Lulu.com --- オンデマンド出版

レゴ --- レゴファクトリーで、利用者自身がデザイン

# ビジネスモデルパターン = マルチサイドプラットフォーム

## マルチサイドプラットフォーム

複数の顧客グループをつなぎあわせる。  
複数側に価値を提供できるかがポイント。  
量が集まるとネットワーク効果で魅力が増加。

## Googleのビジネスモデル

広告主、ウェブオーナー、利用者

## ゲーム機メーカー

ゲーム開発会社、ゲーム利用者

# マルチサイドプラットフォームの特許例

## 取引仲介サービスからマーケティング情報収集

「取引仲介システム及び取引仲介管理方法」(特許3034836号)

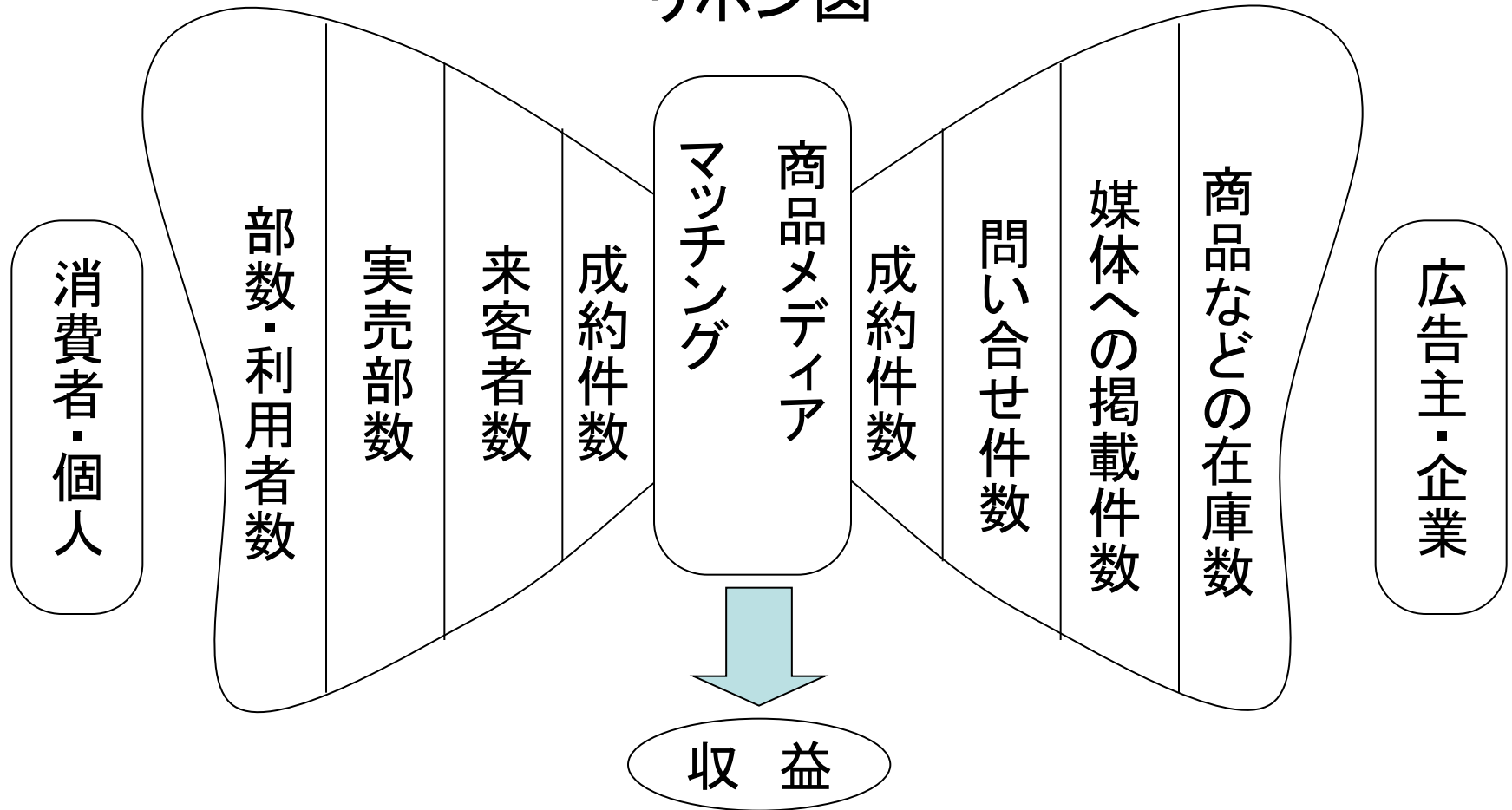
リクルートの「キーマンズネット」の特許

<http://www.keyman.or.jp/>

【発明が解決しようとする課題】そこで、本発明は上記事情に鑑み、コンピュータ関連機器等の専門性が高い物件の取引にあたり、提供者が見込み客となる利用者を正確に把握することを可能にし、かつ利用者との一対一のコミュニケーションを可能とすることにより、提供者および利用者双方に便宜な取引仲介システムを提供することを目的とする。

# リクルート社のビジネスモデル

## リボン図



キーマンズネットの仕組みは、リボン図をITで実際に実装。

# ビジネスモデルパターン = フリー戦略

## フリーミアム

基本は無料、それ以上は有料。

限界コストが0に近い場合。ネットのサービス等。

## 内部相互補助 (ジレットと替刃、プリンタとインク等)

## 広告収入 (フリーペーパーなど)

## ソーシャルサービスで利用者の情報を分析し収益

利用者に関する情報を分析し、メーカーに販売する等。

例: アイスタイル「化粧品評価情報分析システム及び方法」(特許第4478479号)--- 化粧品メーカー向けクチコミ分析サービス

# ビジネスモデルパターン = 成功報酬

## 成功報酬

利用者を集めやすく、効率的な営業が可能。

### ジョブセンス(リブセンスが運営)

バイトが採用できた場合のみ料金が発生

### ディーコープ 共同購買逆オークション

削減額の一部を成功報酬として支払う。

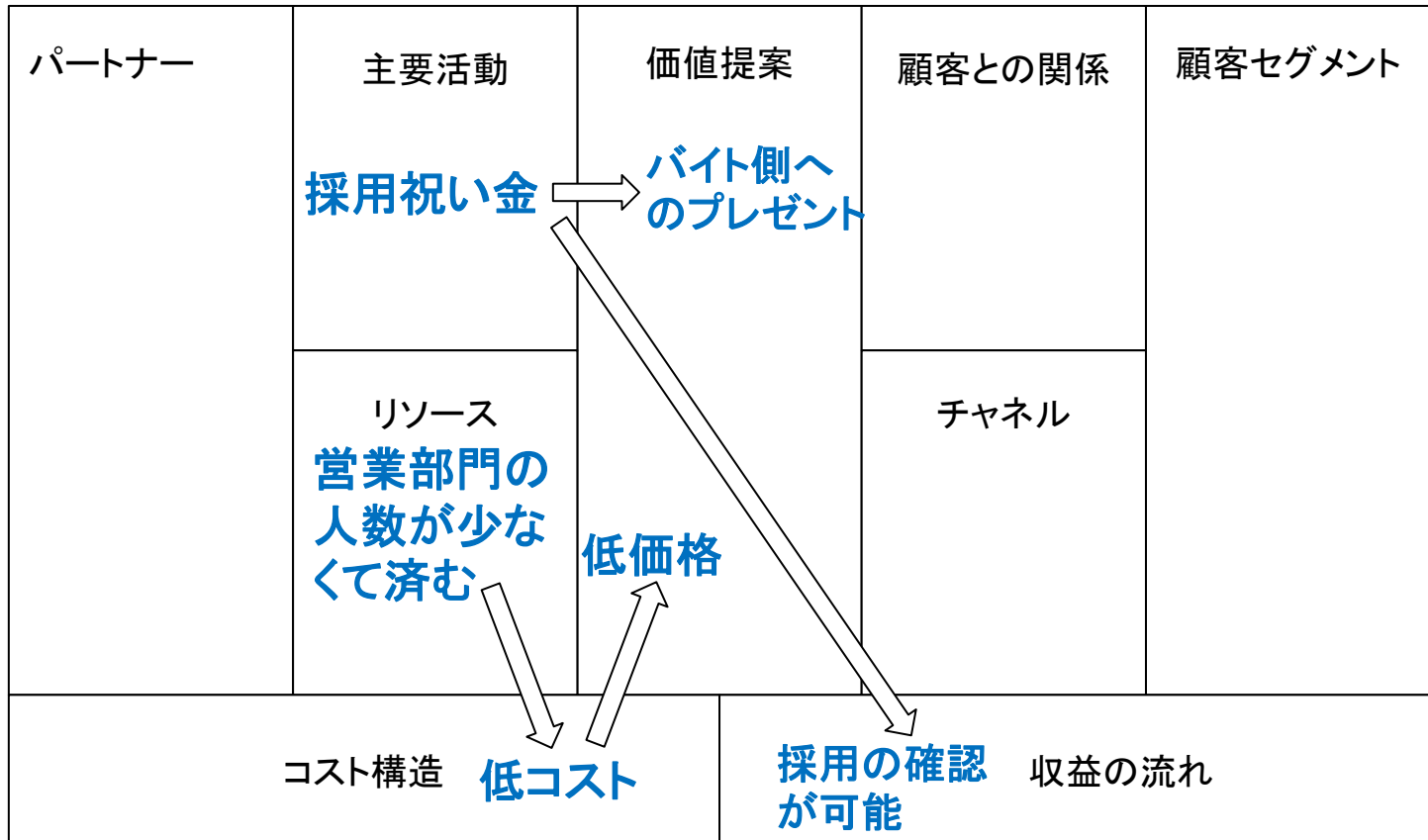
### WebページのASP (旅館向け/卸向けのASP等)

実績の分に対して課金。

# ジョブセンスのビジネスモデル

## ジョブセンス

採用祝い金は、採用企業が採用結果を伝えない場合を考慮？

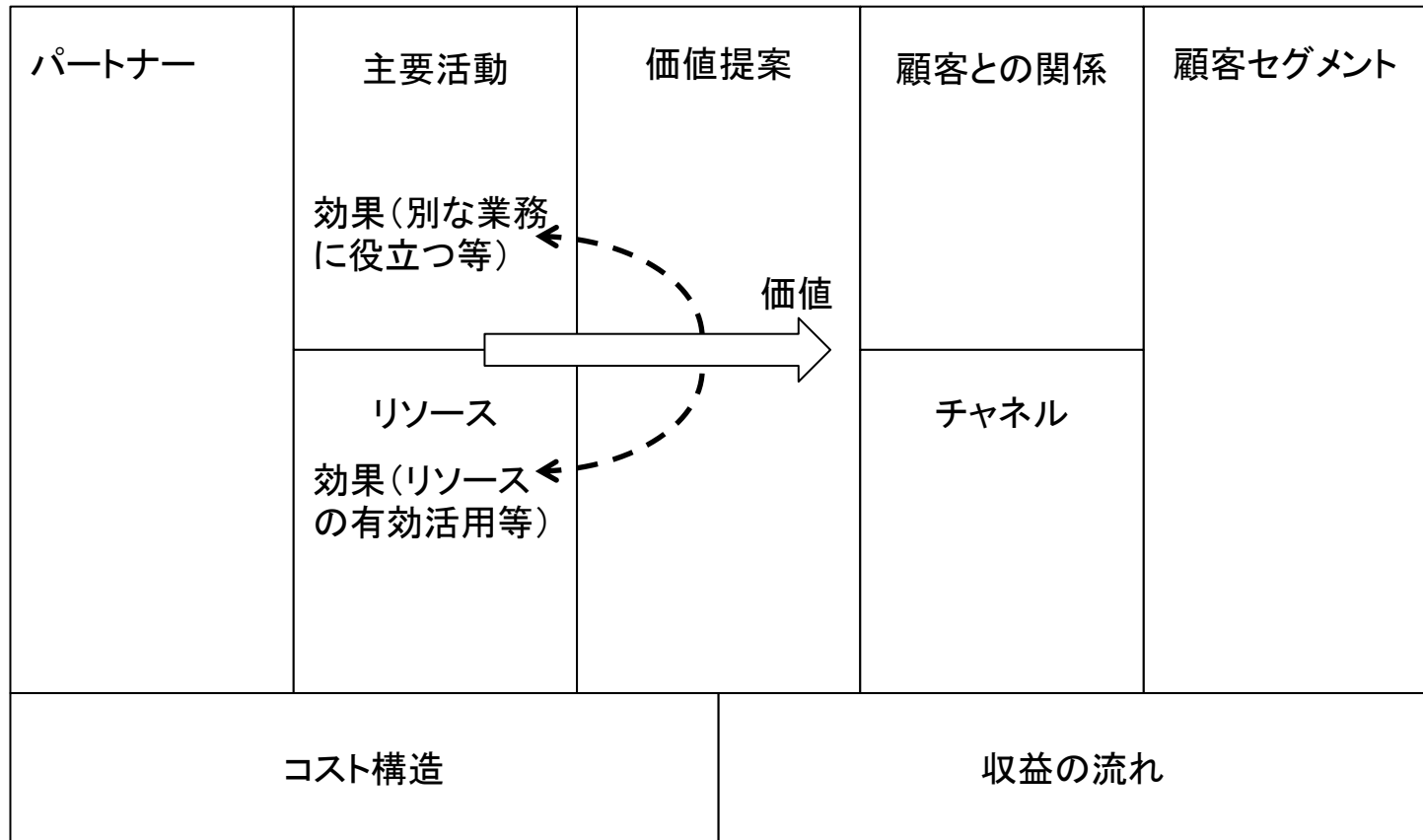


# ビジネスモデル創出のための方策

- (1) 顧客への価値提供が同時に自らへ効果をもたらす仕組みを作る
- (2) 多層構造のビジネスモデルを創造する(コア事業の上にサービスを創造)
- (3) ITとその他のリソースの組み合わせ方を設計する
- (4) 顧客間の相互作用を設計する



# 顧客への価値提供が同時に自らへ効果をもたらす仕組みを作る



コマツのKomtrax。喜久屋のクリーニング品の保管サービス(平準化)。  
ブルーオーシャン戦略のバリュー・イノベーション(価値+低コスト)。

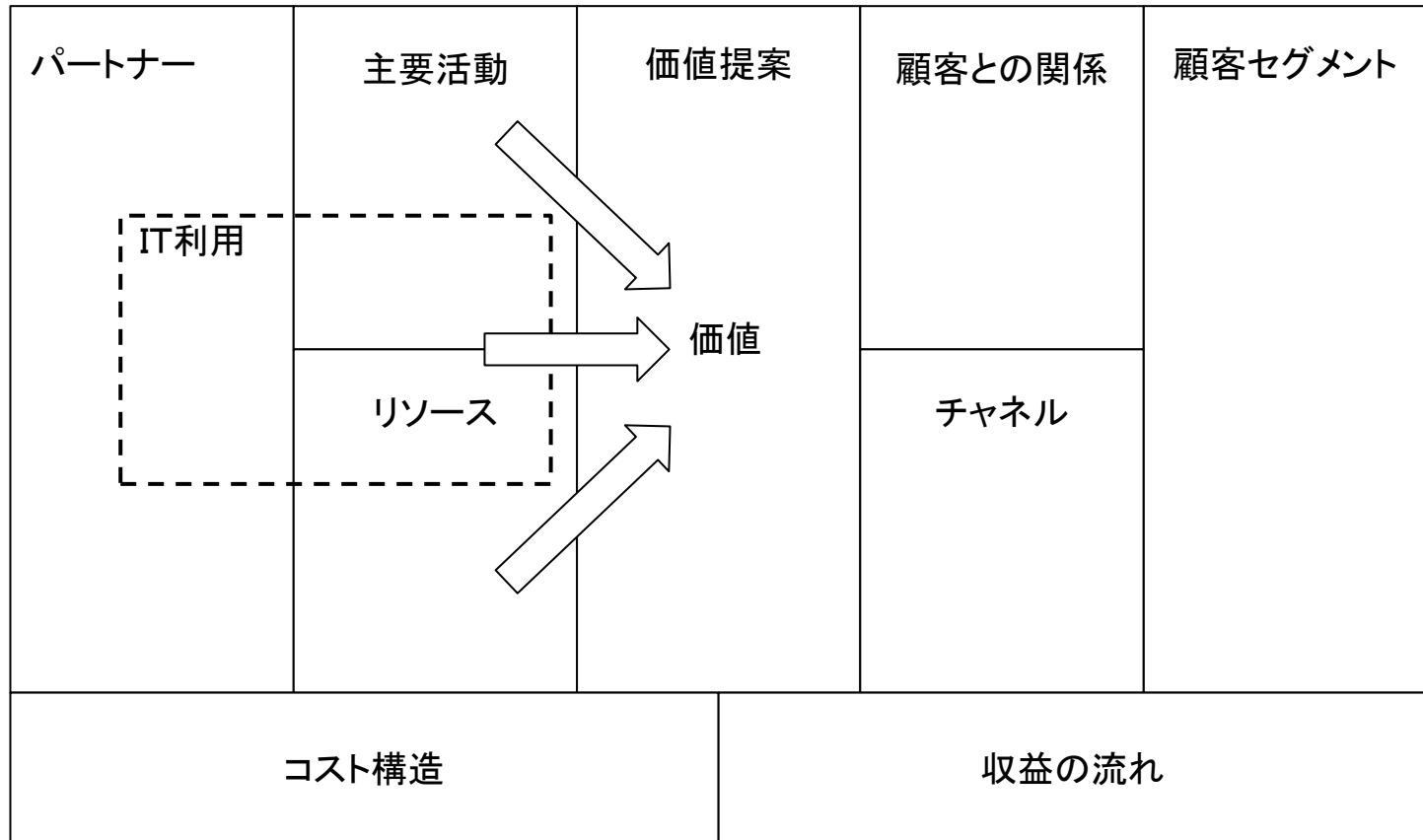
# 多層構造のビジネスモデル

コア事業の上にサービスを創造



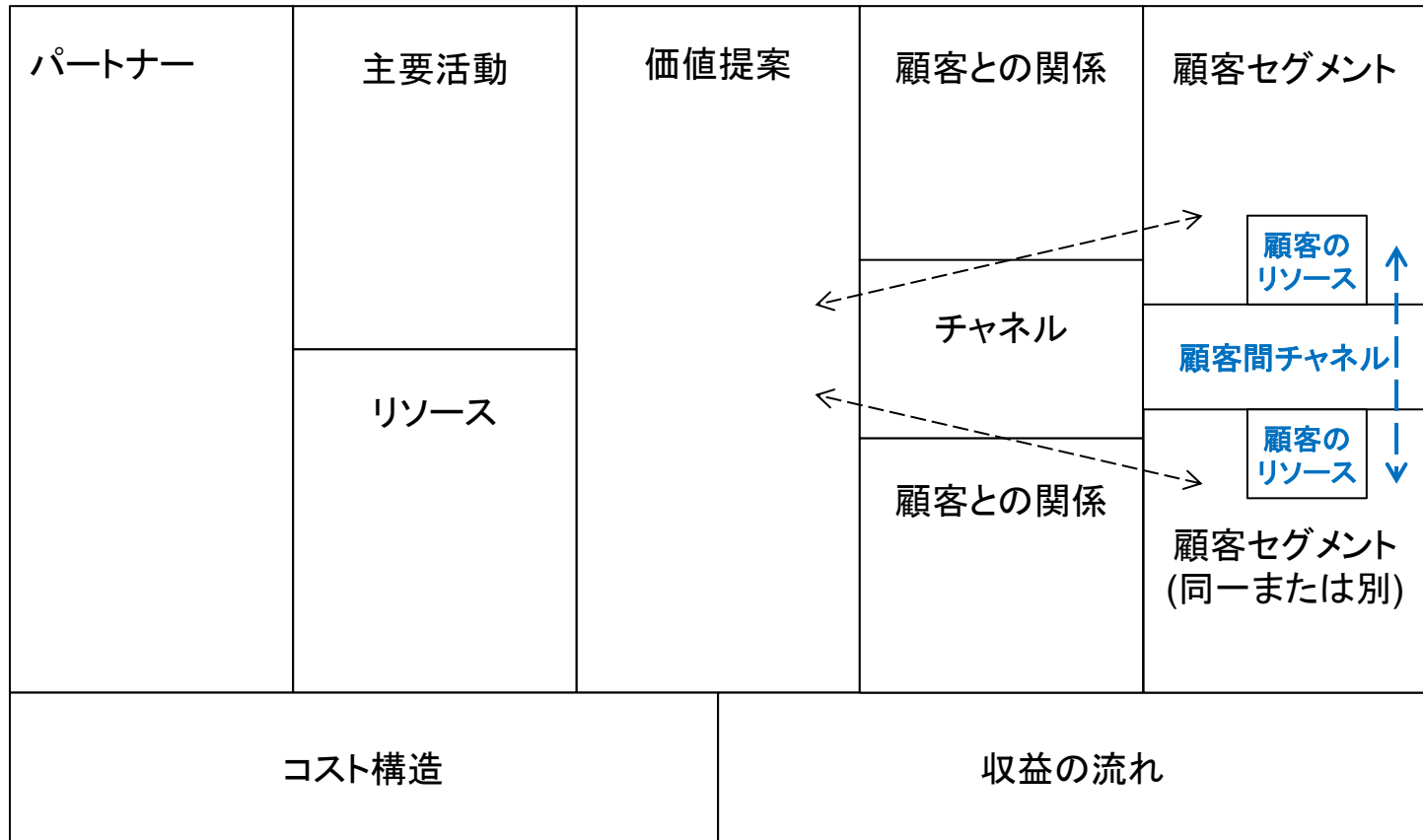
鉄道会社の多角化。  
ヤマト運輸のムカデ作戦。  
クラウドの上にSaaS・PaaS。

# ITとその他のリソースの組み合わせ方を設計



O2O (Online to Offline) や、オムニチャネルリテイリング。  
セコムのココセコムで警備員の活用、QBハウスでの理髪師の活用等。

# 顧客間の相互作用を設計する



マルチサイドプラットフォームでは、顧客間の相互作用もありえる。  
シェア型やクラウドソーシングでは顧客のリソースも利用する。  
コクヨの特許「流通支援設備」(特許第2956661号)は、BtoBtoCでの  
エンドユーザと中間業者(代理店)の間のチャンネルを設計。

# まとめ

新たなビジネスモデルは、「ゲームチェンジャー (game changer)」として社会/経済に大きな流れ。

ビジネスモデルの創造の促進方法の研究が必要。

ビジネスモデルキャンバス上に追加したい点  
競争優位性、模倣困難性、参入障壁など

ビジネス方法特許の権利化の在り方も課題。

サービス分野での発明の促進に向けて、TRIZのような総合的な発想支援手法を今後検討したい。

**ご静聴ありがとうございました。**