

## 株式会社アンドパッド 上級執行役員 岡本杏莉氏・知的財産部マネージャー 佐々木純氏インタビュー

建設DXを支えるマルチプロダクト戦略と、事業と一体化した知財活動

株式会社アンドパッドは、クラウド型建設プロジェクト管理サービス「ANDPAD」を提供する、建設DXを推進するパーティカルSaaS企業である。

同社は「幸せを築く人を、幸せに。」というミッションのもと、建設業に従事する人々をテクノロジーの力で支援し、業界全体の生産性向上に取り組んでいる。

同社の特徴の一つが、建設業の多様な課題に対応するため、複数のプロダクトを展開する「マルチプロダクト戦略」である。

「競合企業が単一のプロダクトに特化しているケースもありますが、当社は建設業のさまざまな課題を解決するため、複数のプロダクトを提供する『マルチプロダクト戦略』を採っています。建設業の現場には多様な課題が存在しており、それに応えるためには多様なプロダクトが必要なのです」

佐々木氏

また、建設業界の課題は日々変化しており、それに対応するためプロダクトの機能アップデートも頻繁に行われている。顧客の現場から寄せられるニーズをもとに、ほぼ毎日のように何らかの機能改善が実施されている点も同社の特徴だ。

こうしたプロダクト開発を支える重要な機能の一つが、知的財産活動である。

アンドパッドでは、事業戦略と連動した形で知財活動を推進し、事業の成長を「攻め」と「守り」の両面から支えている。



株式会社アンドパッド 上級執行役員 経営推進本部長

## 岡本 杏莉

おかもと・あんり

日本およびニューヨーク州弁護士。慶應義塾大学卒業後、西村あさひ法律事務所に入所し、国内外のM&Aやコーポレート案件に従事。その後、Stanford Law School (LL.M.) に留学。2015年3月に株式会社メルカリへ入社。日本および米国の法務を担当するとともに、2016年および2018年の大型資金調達、2018年6月のグローバルIPOにおいてプロジェクトマネジメントを担うなど、同社の急成長を支えた。2021年2月、株式会社アンドパッドに執行役員 法務部長兼アライアンス推進部長として参画。現在は上級執行役員として経営推進本部長を務め、法務・知財を含む経営基盤の強化を担っている。2023年1月に「建設DX研究所」を設立し、代表を務める。

株式会社アンドパッド 経営推進本部 知的財産部マネージャー

## 佐々木 純

ささき・じゅん

慶應義塾大学工学部物理情報工学科卒業。2000年に凸版印刷株式会社（現 TOPPANホールディングス）へ入社し、商業印刷関連のWeb開発業務に従事。その後、特許事務所に転じ、電気・機械・ソフトウェア分野を中心に国内外の特許出願や権利化業務を担当した。2015年には株式会社日本電気特許技術情報センター（NEPAS）に入社し、NECグループの知財業務に従事。さらに2017年からはオムロン株式会社にて、研究開発部門および新規事業領域の知財活動を担当した。2020年から2024年にかけては、同社の主力事業である制御機器事業（IAB）の知財マネージャーとして活動。同社におけるIPランドスケープの立ち上げ・推進にも携わり、著書・講演などの実績も多数持つ。2024年、株式会社アンドパッドに入社。入社と同時に設立された知的財産部の立ち上げを担い、出願戦略の策定、権利化、各種知財制度の設計など幅広い知財業務を推進している。

## 「攻め」と「守り」の両面で事業を支える知財活動



多様なプロダクトが日々アップデートされる環境の中で、アンドパッドの知財部門は事業を「攻め」と「守り」の両面から支えている。

まず「守り」の側面で最も重要となるのが、他社の知的財産権を尊重し、侵害リスクを最小化することである。同社では主要なプロダクトのリリースや大規模な機能アップデートの前に、プロダクトマネージャー（PM）に対してヒアリングを実施し、他社特許に抵触する可能性がないかを丁寧に確認している。

「似たようなプロダクトを提供しているプレイヤーもいるため、どのような点に注意してプロダクトを提供すべきかをPMとしっかり目線合わせしています。他社の特許に近づくリスクがある場合は、その内容を共有しながら、設計や実装の段階で対策するようにしています」

佐々木氏

一方で、「攻め」の側面では、自社のプロダクトの特徴的な技術や仕組みを特許として権利化することで、競争優位性の確保にも取り組んでいる。新しい機能や仕組みについては、プロダクト開発の内容をヒアリングしながら、特許として保護すべきポイントを抽出し、出願を進めている。

「大企業でのIPランドスケープ経験を活かし、将来的な知財の『開示』も意識しながら特許ポートフォリオを設計している」

佐々木氏

佐々木氏がアンドパッドに入社し知的財産部が設立されたことで、社内における知財の存在感も大きく変化したという。以前に比べて、開発メンバーから知財部へ相談が持ち込まれるタイミングが早くなり、プロダクトのコンセプト段階から議論が行われるケースも増えている。

「開発メンバーの間でも、早めに知財へ相談した方が結果として手戻りが少なくなるという認識が広がってきました。知財の立場から見ても、実装が進んだ段階よりも、コンセプト段階の方がより広い権利を取得できる可能性があります。そうした意味でも、上流の段階から相談が来る状況は非常にポジティブに捉えています」

佐々木氏

## 専任知財人材の採用で変わった知財体制

現在、アンドパッドでは知的財産部が中心となり、事業と連動した知財活動が進められている。

しかし、こうした体制が整ったのは比較的最近のことである。

2024年9月に佐々木氏が専任の知財担当として入社する以前、同社には社内に知財の専門家がいなかった。知財関連の業務は法務部が担当し、必要に応じて外部の弁護士や弁理士、アドバイザーと連携しながら対応していたという。

「当時は法務部が中心となって対応していましたが、社内に知財の専門家がいなかったため、外部のアドバイザーや弁理士の先生に相談しながら進めていました。今振り返ると、見よう見まねで何とか対応していた部分も多かったと思います」

岡本氏

もともとアンドパッドでは、企業の価値観を示すバリューの一つとして「Technology First」を掲げており、技術力を重要な競争力として位置づけていた。経営陣の間でも、技術を法的に保護する知財活動の重要性については早い段階から認識されていたという。

しかし、外部の専門家に依存する体制では限界もあった。特に課題となったのが、事業戦略とプロダクトの深い理解である。

「知財戦略は、会社の経営戦略やプロダクト戦略を理解したうえで設計する必要があります。しかし、それらを外部のアドバイザーの方にすべて共有し、理解していただくのは簡単ではありません。また、当社はプロダクトの種類も多く、機能のアップデートも非常に頻繁です。そうした状況を外部から把握いただくのはどうしても難しい部分がありました」

岡本氏

アンドパッドでは、複数のプロダクトが同時並行で開発されており、さらに日々のアップデートも頻繁に行われている。そのため、個別の発明や出願の対応だけでなく、事業全体を見渡した知財戦略の設計が必要だった。

こうした背景から、経営戦略とプロダクトの両面を理解した上で知財活動を推進できる専任人材の必要性が高まり、知財専門人材の採用へとつながったのである。

佐々木氏の入社をきっかけに、アンドパッドでは知的財産部が設立され、知財活動は単なる権利管理ではなく、事業戦略と連動した機能として社内に位置づけられるようになった。

## 創業者がプロダクト開発に深く関わる企業文化

スタートアップの中には、知財活動の重要性が十分に理解されていないケースも少なくない。しかしアンドパッドでは、経営陣が知財活動に対して高い理解を示しているという。その背景には、同社ならではの企業文化がある。

大きな要因の一つが、創業者であり代表取締役を務める稲田氏の存在だ。稲田氏は創業当初からプロダクト開発に深く関わってきた人物であり、現在もプロダクト開発に強くコミットしているという。

「稲田は創業当時からプロダクトを作ってきた人間で、今でもプロダクト開発に深くコミットして入り込んでいます。技術やプロダクトづくりは当社の競争力の中核の一つでもあり、この領域は会社としても非常に大切にしている部分です」

岡本氏

同社のプロダクトは、建設現場で働く職人や施工管理者など、日々の現場業務を担う人々が実際に使用するサービスである。必ずしもITに詳しいユーザーばかりではないため、「誰にとっても使いやすく、わかりやすいプロダクト」であることが重要になる。

「建設現場では、必ずしもITに慣れている方ばかりではありません。だからこそ、誰でも簡単に使えること、そして日々の仕事が確実に便利になることが重要です。そうしたプロダクトを作り続けてきたことが、当社がお客様から支持されている理由の一つだと思います」

岡本氏

さらに、建設現場の業務データが蓄積されていくことによって、将来的にはAIなどを活用した新たな価値創出の可能性も広がっている。こうした技術的なポテンシャルに対して、経営陣は強い期待を持っているという。

そのため、技術やプロダクトを守る手段としての知財活動も、同社にとっては自然な経営判断の一つだった。

「技術を軸に事業を成長させていく以上、知財活動は当然やるべきものだという認識があります。他社との間に競争上の障壁を築く意味でも、また自分たちの技術を守る意味でも、知財は重要な役割を果たします。建設業界を変えていく存在になるという意味でも、知財活動は欠かせないものだと考えています」

岡本氏

## 「誰もが発明者になれる」という意識づくりを支える、新入社員研修で45分の知財講義

知財活動を社内に浸透させるうえで、同社が特に力を入れているのが社員への啓蒙活動である。その代表的な取り組みが、新入社員向けオンボーディング研修に組み込まれた知財教育だ。

同社では、毎月新しく入社する社員向けの研修の中で、必ず知財に関する講義の時間を設けている。現在は約45分の時間が確保されており、知財の基本的な考え方を全社員に共有しているという。

そこで伝えている内容は、主に次の三つである。

第一に「自社の知的財産を守ることの重要性」。

第二に「他者の知的財産を尊重することの重要性」。

そして第三に、「アンドパッドでは誰もが発明者になり得る」という考え方である。

「SaaSの世界では、必ずしもエンジニアだけが発明者になるわけではありません。顧客の課題を最前線で聞いている営業メンバーやカスタマーサクセスの担当者が、新しい解決方法を思いつくこともあります。そうしたアイデアも立派な発明の種になります」

佐々木氏

一般的に「発明」という言葉を聞くと、技術的なブレークスルーを思い浮かべる人が多い。しかし実際には、顧客課題や社会課題を解決する仕組みや方法も、特許の対象となり得る。

そのため同社では、「発明はエンジニアだけのものではない」というメッセージを意識的に伝えているという。

「営業メンバーが顧客の課題を持ち帰り、開発メンバーと一緒に解決方法を考えた結果、新しい仕組みが生まれることがあります。そうした共同のアイデアも立派な発明です。自分のアイデアは大したことがないと思っている人も多いのですが、実は特許になる可能性のあるものも少なくありません」

佐々木氏

スタートアップでは、社員によって知財への理解度にばらつきがあることも多い。そのためアンドパッドでは、まずオンボーディングの段階で最低限の知識を共有し、「迷ったら知財部に相談する」という文化を作ること重視している。

このような取り組みによって、社内では知財を「特別な専門領域」ではなく、日々の業務の延長線上にあるものとして捉える意識が少しずつ広がっているという。

## Slackと社内共有で知財を「自分ごと」にする工夫

知財活動を社内に浸透させるうえで重要なことのひとつが、日常的なコミュニケーションである。

同社では、Slackなどの社内ツールを活用しながら、知財に関する情報を継続的に発信している。

ただし、その際に意識しているのは「専門用語をできるだけ使わないこと」だという。

「私はこれまでずっと知財の仕事をしてきたので、どうしても説明が専門的になりがちでした。しかし社内にはさまざまな職種のメンバーがいます。知財に詳しくない人にも伝わるように、できるだけシンプルな言葉で説明するよう意識しています」

佐々木氏

当初は、知財の専門家として正確に説明しようとするあまり、文章が長くなってしまいうこともあったそう。しかし社内のメンバーからのフィードバックを受け、情報の伝え方も見直していったという。

「最初はどうしても細かく説明しようとしてしまっていたのですが、『それでは忙しい人は読まない』と言われたことがありました。今は、画面を開いた瞬間に内容が理解できるくらいの文章量にすることを意識しています」

佐々木氏

例えば、他業界で話題になった特許訴訟のニュースなどを紹介する際にも、専門的な解説ではなく「なぜこの出来事が重要なのか」「自社の事業にとって何が参考になるのか」といったポイントを簡潔にまとめて共有している。

こうした発信を通じて、社員が知財をより身近なものとして捉えられるようにしているのだ。

「まずは興味を持ってもらうことが大事だと思っています。難しい話ではなく、『こんなものでも特許になるのか』『こんなことでも知財的には違法性があるんだ』と感じてもらえるような事例を紹介することで、知財を自分ごととして考えてもらえるようにしています」

佐々木氏

## 知財人材の採用における苦労と、スタートアップで知財に挑戦する面白さ



現在でこそ知財部門が組織に根付き、事業成長を支える機能として機能している同社だが、専任の知財人材である佐々木氏の採用までの道のりは決して平坦ではなかった。

経営推進本部長の岡本氏は、当時の状況を次のように振り返る。

「知財担当者の採用には本当に苦労しました。長い間探し続けていましたが、なかなか適任の方に出会えなかったのです。大企業で知財を担当されている方は、専門知識を有するという点では非常に優秀です。ただ、経営陣と議論しながら会社の戦略やプロダクトを深く理解し、その上で知財戦略をゼロから構築できるか、さらにスタートアップのカルチャーにフィットするかという点まで含めて考えると、そうした人材に巡り合うのは非常に難しいと感じました」

岡本氏

大企業では業務が高度に分業化されていることが多く、知財業務も特定の領域に限定されるケースが少なくない。そのため、事業全体を俯瞰しながら知財戦略を設計する経験を持つ人材は、決して多くないのが現状だ。

一方で、経営と密接に連携しながら知財戦略を構築していくことに興味を持つ人材にとって、スタートアップは非常に魅力的な環境になり得る。

そうした環境に魅力を感じ、アンドパッドに参画した佐々木氏は、スタートアップにおける知財業務の魅力を「幅広い知財業務に関われること」だと語る。

「スタートアップに向いているのは、自分の守備範囲を決めすぎず、領域を越えて動ける人だと思います。大きな組織の中で少し窮屈さを感じている人がいれば、スタートアップではきっと活躍できるはずです」

佐々木氏

現在、知財人材のキャリアとしてスタートアップを選択するケースはまだ多いとは言えない。しかし、経営層や事業部門と近い距離で伴走し、事業の構想段階から関わる経験は、他ではなかなか得られるものではない。

「大企業では業務が細分化されている分、中堅クラスでも個人として経験できる領域が限定されてしまうこともあると思います。だからこそ、30代や40代の成長の場として、ベンチャー企業に挑戦してみるのは非常に面白い選択肢だと思います」

佐々木氏

### 3～5年後を見据えた知財戦略の構築

知財活動が社内に浸透したことで、アンドパッドでは事業戦略と連動した形で知財を活用する取り組みも進み始めている。

以前は、限られたリソースの中で個別の特許対応に追われる場面も多く、長期的な知財ビジョンを描くことが難しい状況もあった。しかし現在では、事業の中長期的なロードマップに合わせて知財戦略を設計する体制が整いつつあるという。

「以前はどうしても目の前の案件への対応が中心でしたが、今は『3年後、5年後にどのような事業を目指しているのか』というロードマップと照らし合わせながら、どの領域でどのような知財を押さえていくべきかを議論できるようになってきました」

岡本氏

また、特許情報を事業戦略の検討に活用する、いわゆる「IPランドスケープ」に近い取り組みも行われている。ただし、社内ではあえてその言葉を前面に出さないようにしているという。

「『IPランドスケープ』という言葉を使うと、どうしても特別な取り組みのように聞こえてしまいます。私たちとしては、知財情報を事業の意思決定に活用することが当たり前の状態になることを目指しています。そのため、できるだけ事業の言葉で説明するようにしています。その結果として、『知財情報を活用しないと損をする』と知財部門外の人に実感してもらうことが、知財情報を組織の力にする近道だと考えています」

佐々木氏

例えば、新しい事業領域を検討する際には、競合企業の特許出願動向などを分析しながら、どの領域に競争機会があるのかを検討することもある。

また、日本未進出の海外企業の特許出願をウォッチし、経営層と共有・議論することもある。

「『この競合に将来勝っていくためには、知財の観点からこういう対策が考えられる』といった形で説明すると、事業側のメンバーも自分ごととして考えてくれるようになります」

佐々木氏

こうした取り組みを支えているのが、知財部と事業部門との距離の近さである。アンドパッドでは、開発チームだけでなく、プロダクトマネージャーや新規事業の責任者とも密にコミュニケーションを取りながら知財活動を進めている。

プロダクトの構想段階から知財が伴走することで、より広い権利取得の可能性を高めると同時に、事業戦略と統合した知財ポートフォリオの構築が可能になる。

建設DXという大きな変革の中で、**株式会社アンドパッド**はプロダクトと知財の両輪で競争力を高めている。知財を事業の中核に位置づけた取り組みは、今後のスタートアップにとっても一つの参考モデルとなるだろう。

---

※本記事は2025年に実施したインタビューを基に作成しています。