

地域における知財活用の仕組みと 成功条件に関する調査研究

— 地域のための“知財活用のベストプラクティス” —

< 概要版 >

平成15年3月

株式会社 日本総合研究所

要 旨

これからは、地域が独自の知財戦略を掲げ、知的財産を核に活力を高めていく時代になる。そのために、大学や研究所における知財創出をもっと促進する必要がある。その上で、地域の知的財産を企業が活用する動きを加速していかなければならない。

しかし、地域の産学連携を拡大し、知財活用を促進することは、簡単には実現できない。企業にとって、2つの問題が存在するからである。第一に、大学や研究所と連携しても、本当に価値のある知的財産が見つかるかどうか分からない。第二に、仮に見つかったとしても、製品や事業として実用化するために多大の投資が必要になる。

したがって今のままでは、産学連携による知財活用は、企業にとってリスクが高いものに映ってしまう。もっと連携のインセンティブを高めるための仕組みを、地域に導入していく必要がある。

どうすれば、地域の知財活用に取り組むインセンティブが高まるのか。本調査研究は、そのための仕組みを明らかにすることを目的とした。

具体的には、国内外の“知財活用のベストプラクティス”をベンチマークし、次の3つの視点から、知財活用成功のための基本条件を抽出した。

- (1) 企業のインセンティブを高めるには、どうすればいいか
- (2) 大学や研究所の力を引き出すには、どうすればいいか
- (3) そのために、地域にどのような仕組みが必要になるのか

第一に、日本各地の企業へのヒヤリングを実施し、企業の具体的ニーズを抽出した。第二に、知財活用成功している大学の中から、マサチューセッツ工科大学とカリフォルニア工科大学の事例を取り上げ、大学の力を引き出すための仕組みをまとめた。さらに、連邦研究所の事例をもとに、研究所の仕組みについても検討した。

その上で、日本各地の現状を探り、実際に地域に導入されている知財活用の仕組みを把握した。さらに、現地ヒヤリングで特に注目された「4つの地域・機関」を取り上げ、これらの地域・機関の取り組みを詳細に分析した。

以上の結果を総合し、「知財活用を促進する仕組み」の特徴とポイントをまとめ、「60のモデル」として図示した。

得られた調査研究成果の概要を、以下にまとめて示す。

1. 企業のインセンティブを高める仕組み

地域の知財活用を促進するには、第一に、産学連携に取り組む企業のインセンティブをもっと高めなければならない。そのために、「大学や研究所に対し、企業が本当に求めていること」を明らかにする必要がある。

そこで、日本各地の企業へのヒヤリングを実施し、産学連携に対する企業の具体的なニーズを抽出した。その上で、抽出された“企業ニーズ”をもとに、これらに応えるための「地域における知財活用の仕組み」を取りまとめた。

1. 1 具体的ニーズは何か

まず、日本企業の研究開発の現状を整理すると、次のようになる。

(1) 企業は、自社の戦略分野の研究は、原則として“自前”で取り組んでいる。

(2) さらに、戦略分野の研究のために必要な産学の連携も、すでに構築している。

つまり、戦略分野においては、企業は十分な人的資源や時間的資源を投じ、自社単独の研究、産学連携に基づく研究の両方を、すでに行っている。したがって、この分野では、産学連携に対する新たな企業ニーズはない。

一方、周辺領域を見ると、企業の状況は異なる。

(1) 市場構造の変化により、「開発リードタイム（企業が製品開発に使える期間）」と「製品ライフサイクル（新製品が市場で競争力を維持できる期間）」が両方同時に短縮しているため、企業の研究環境はますます厳しくなっている。

(2) このため、研究成果として、より短期間に、より多くの新製品を生み出すことが求められるようになった。

(3) したがって、企業は生き残りをかけて、自社の戦略分野に研究資源を集中して投入するようになっている。

(4) この結果、周辺領域の研究については、“自前”で取り組むことが困難になっており、その代替として、産学連携による研究を強化していく必要性を感じている。

これらの分析結果から、企業が大学や研究所に求めているのは、「周辺領域における研究」であることが分かる。

しかしながら、周辺領域の研究のために産学連携を拡大し、知財活用を促進することは、

簡単には実現できない。企業にとって、2つの問題が存在するからである。第一に、大学や研究所と連携しても、本当に価値のある知的財産が見つかるかどうか分からない。第二に、仮に見つかったとしても、製品や事業として実用化するために多大の投資が必要になる。したがって、産学連携による知財活用は、企業にとってリスクが高いものに映ってしまう。

このため、産学連携に取り組む「企業のインセンティブを高めるための仕組み」が必要になってくる。

1. 2 どんな仕組みが有効なのか

そこで、ヒヤリングで抽出したニーズをもとに、企業のインセンティブを高めるために有効な“10の仕組み”を取りまとめた。

(1) 周辺領域の先端研究を担う

- ・企業では取り組むことが困難な、周辺領域の研究を重視する。
- ・周辺領域の先端研究を核に、企業との連携を拡大する。

(2) 複数のテーマを同時に担当する

- ・周辺領域において、複数の研究テーマを担当するための体制を作る。
- ・複数のテーマを同時に担当できる能力を魅力に、企業を引きつける。

(3) オンリーワンの分野を見つける

- ・他では取り組んでいない、異分野の研究テーマを見つける。
- ・オンリーワンの研究を担うことで、他の大学を差別化する。

(4) パテント・ポリシーを提示する

- ・パテント・ポリシーを提示し、ビジネスとしての判断を容易にする。
- ・提示したパテント・ポリシーを求心力に、企業との連携を拡大する。

(5) 初めての連携で実力を示す

- ・企業との最初の連携を、実力をアピールする絶好の機会と捉える。
- ・最初の関わりで成果を上げることが、連携の拡大や強化をもたらす。

(6) 企業のスケジュールと同期する

- ・企業との連携では、期限を守ることを優先する。
- ・その上で、着実な研究成果を上げる。

(7) ワンストップ機能を高める

- ・連携に要する人や時間を最少化するための工夫をする。
- ・仕組みを簡単・効率化することが、連携の拡大や強化をもたらす。

(8) 原理実証機能を高める

- ・基礎研究に加え、応用研究を担うための体制を整える。
- ・基礎研究と応用研究の組み合わせで、他の大学を差別化する。

(9) 情報発信機能を高める

- ・周辺領域の新たな研究テーマを、大学が積極的に提案する。
- ・大学からの提案が、企業の研究ニーズを顕在化させる。

(10) 地域とのネットワークを広げる

- ・中堅企業や中小企業に対する“大学の敷居”を、出来るだけ低くする。
- ・地域の企業とのネットワークを拡大し、知的財産の活用を最大化する。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において10のモデルとして図示した。

企業が大学や研究所に求めているのは、自社では取り組むことが困難な周辺領域の研究である。戦略分野の研究と異なり、周辺領域の研究では、複数のテーマに同時に取り組むことで、有望テーマを絞り込んでいくことがポイントになる。

したがって、こうした企業ニーズに応え、大学や研究所が「周辺領域における複数の研究テーマを同時に担当できる体制」を構築していけば、産学連携のインセンティブは飛躍的に高まる。

2. 大学の力を引き出す仕組み

地域の知財活用を促進するには、企業のインセンティブを高めることに加え、知財の創出者である大学の力を引き出すことが重要になる。

そこで、知財活用已成功している米国大学の中から、マサチューセッツ工科大学（MIT）とカリフォルニア工科大学（Caltech）の事例を取り上げ、これらの事例をもとに、大学の力を引き出すために有効な“10の仕組み”をまとめた。

(1) 「ライセンス収入」から「ライセンス件数」にシフトする

- ・損をしない範囲で、大学から生まれた発明を出来るだけライセンスする。
- ・ライセンス件数を重視することが、やがて安定した収入源に結びつく。

(2) 学位取得者、ビジネス経験者を登用する

- ・発明の工学的価値を理解できる人材を登用する。
- ・発明の市場での価値を理解できる人材を登用する。

(3) 「揺りかごから墓場まで」方式の業務スタイルを採用する

- ・現場の責任者に出来るだけ多くの権限を集約する。
- ・現場の意思決定の早さを生かし、ライセンス機会を拡大する。

(4) 成功報酬型研究支援プログラムを導入する

- ・キャンパスのアイデアを原理として実証するための基金を設ける。
- ・その基金を触媒に、教職員のやる気を引き出す。

(5) ギャップ・ファンドを創設する

- ・キャンパスの研究成果を投資家に発表するための場を設ける。
- ・投資家の資金をもとに、「研究成果」を「使える技術」に換える。

(6) オプション契約の仕組みを作る

- ・オプション契約で、研究成果の権利を一定の期間だけ確保する。
- ・期間内に、研究成果を試作実証するための資金を見つけ出す。

(7) 「キャピタリストの目利き力」がベンチャーを生み出す

- ・キャピタリストとのネットワーク力を高める。
- ・キャピタリストの目利き力で資金を引き寄せる。

(8) 「大学教授の名声」が起業を加速する

- ・一人の大学教授が起業の成功を積み重ねる。
- ・その教授の成功実績、名声で起業資金を引き寄せる。

(9) 「大企業による買収」がベンチャーを育てる

- ・まず、スタートアップ企業が、市場での価値を高める。
- ・大企業による買収で、さらにグレードアップする。

(10) 大学経営、地域経営の一環として位置付ける

- ・大学の知的財産を、産学交流の核にする。
- ・大学の知的財産を、地域振興の核にする。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において10のモデルとして図示した。

大学の力を引き出すには、まず、「損をしない範囲で、大学から生まれた発明を出来るだけライセンスする」必要がある。そのために、「発明の工学的価値や市場での価値を理解できる人」を産学連携の現場に登用しなければならない。

その上で、「成功報酬型研究支援プログラム」や「ギャップ・ファンド」などの支援制度を工夫していくことで、大学の力が最大化されるようになる。

3. 研究所の力を引き出す仕組み

地域の知財創出を高めるには、大学に加え、国立研究所や公設試験研究所など、研究所の力を引き出す仕組みを整備していかなければならない。

そこで、米国の連邦研究所コンソーシアム（Federal Laboratory Consortium）がまとめた報告書「Winners in Technology Transfer, Success Stories from the Federal Laboratory Consortium」の271件の知財活用事例の中から、注目すべき成功事例を選び出し、これらをもとに、研究所の力を引き出すために有効な“10の仕組み”を取りまとめた。

(1) 高度な専門技術を異分野に展開する

- ・同一分野のニーズに加え、異なる分野の多様なニーズに着目する。
- ・他にはない専門技術で、異分野の新たなニーズを発掘する。

(2) 特殊なノウハウを汎用用途に利用する

- ・特殊な分野で、高度なノウハウを開発する。
- ・高度なノウハウを、汎用分野で活かす。

(3) 産業界の知的財産と結びつける

- ・研究所の知的財産を、企業のビジネスの中で活かす。
- ・研究所の差別化技術と企業の実用化ノウハウを組み合わせる。

(4) 他の研究室の知的財産と結びつける

- ・研究所の中から、眠っている知的財産を発掘する。
- ・複数の知的財産を組み合わせ、新たな価値を生み出す。

(5) 産学連携のための看板研究者を育てる

- ・差別化ノウハウを開発した研究者が、研究所の看板になる。
- ・看板研究者を求心力に、産業界の関心を引きつける。

(6) 専門施設の魅力を最大限に生かす

- ・他にはない専門施設を、民間に開放する。
- ・施設の魅力を求心力に、産業界の関心を引きつける。

(7) 研究者の実績で連携を拡大する

- ・研究者が多様な役割の中で、実績を残す。
- ・蓄積した実績をもとに、連携を拡大する。

(8) 産業界の開発部門と連携する

- ・企業の研究部門ではなく、開発部門と連携する。
- ・企業の開発現場で、研究所の技術を実証する。

(9) 産業界の製造部門と連携する

- ・企業の開発部門ではなく、製造部門と連携する。
- ・製造部門との連携で、実用化の体制を強化する。

(10) 大学、企業とは異なる役割を担う

- ・大学が基礎を、研究所が応用を、企業が実用化を担う。
- ・3つの役割を連携することで、新事業の創出が加速していく。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において10のモデルとして図示した。

研究所の力を引き出すには、「研究所の高度な専門技術や特殊ノウハウを、これまでとは違った分野に展開する」ことが有効である。こうした異分野との連携を拡大するために、「産学連携の看板研究者を育てる」ことや「専門施設の魅力を最大限に生かす」ことが重要になってくる。

その上で、「大学、企業とは異なる役割を担う」ことが、もう一つのポイントになる。つまり、大学が基礎を、研究所が応用を、企業が実用化を担う体制を構築することが、地域における新事業創出の拡大をもたらしていく。

4. 日本各地で何が起こっているか

地域の知財活用を促進するには、産学連携に取り組む企業のインセンティブを高め、知財の創出者である大学や研究所の力を引き出すための仕組みが必要である。

そこで、日本各地の現状について、全国の大学、研究所、支援機関などへのヒヤリングを行い、実際に地域にどのような仕組みが導入されているのかを調べた。

その上で、ヒヤリングで把握した現地情報をもとに、地域の知財活用を促進するために有効な“10の仕組み”を取りまとめた。

(1) 大学教授が産学連携の核になる

- ・名物教授が、「大学」と「企業」の間に立つ。
- ・人間的魅力で、ネットワークを広げる。

(2) 支援機関が地域連携の核になる

- ・支援機関が、「企業」と「地域」の間に立つ。
- ・担当者のフットワークで、ネットワークを広げる。

(3) 企業の幹部を研究所にスカウトする

- ・研究所の運営に、民間人材を登用する。
- ・民間の知恵を生かし、知財活用を促進する。

(4) 企業の交流拠点に窓口を設置する

- ・地域における企業の交流拠点を見つける。
- ・交流拠点に窓口を設け、連携を活発化させる。

(5) 地域のシニアが連携を支援する

- ・各地域には、地域が強みを持つ産業分野のシニア人材が集積している。
- ・シニア人材の情報やネットワークの活用が、産学連携の拡大をもたらす。

(6) 質の高い情報を発信する

- ・他では得ることが困難な「質の高い情報」を発信する。
- ・「質の高い情報」を求心力に、ニーズ・シーズを集める。

(7) 分かりやすい情報を発信する

- ・専門家以外にも理解できる「分かりやすい情報」を発信する。
- ・「分かりやすい情報」を魅力に、周辺に関心を広げる。

(8) 失敗や挑戦を共有する

- ・同一分野の研究者や技術者を対象とした、地域の人材交流を活発化する。
- ・過去の「失敗」や「挑戦」を共有し、製品開発や事業創出を加速する。

(9) 成功体験を仕組みにする

- ・地域から生まれた成功事例の特徴を、ベンチマークする。
- ・ベンチマークした特徴を仕組みにまとめ、地域に発信する。

(10) 人のインセンティブを高める

- ・“関係者のやる気”を引き出すことが、知財活用の成功をもたらす。
- ・「担当者が働きやすい環境」と「支援者のネットワーク」を整備する。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において10のモデルとして図示した。

これからは、地域が独自の知財戦略を掲げ、知的財産を核に活力を高めていく時代になる。今回のヒヤリング結果から明らかなように、実際に日本各地で、そのための取り組みが始まっている。地域経済の停滞は深刻度を増しており、こうした事態を打破し、活力を取り戻すには、地域独自の知的財産が必要になるからである。

そこで、「知財活用を促進する仕組みの特徴とポイント」をさらに明らかにするため、現地ヒヤリングで特に注目された地域・機関として、「大阪府立特許情報センター」、「浜松市」、「京都市」、「財団法人新産業創造研究機構」の4つを取り上げ、詳細な分析を行った。

5. 注目地域・機関をベンチマークする

5. 1 大阪府立特許情報センター

大阪府立特許情報センターの取り組みを詳細に分析すると、地域の知財活用を促進するための“5つのベストプラクティス”が見つかる。

(1) 地域独自の知財戦略を掲げる

- ・これからは、知的財産が地域の競争力を左右する時代になる。
- ・そのため、地域独自の知的財産戦略を掲げることが重要になる。

(2) 情報センターが連携の核になる

- ・知的財産に関する地域の情報を、一カ所に集積する。
- ・集積した情報を、地域連携の核として生かす。

(3) アンケートとヒヤリングを繰り返す

- ・アンケートとヒヤリングを組み合わせることで、実態を正確に把握する。
- ・追加ヒヤリングを迅速に行うことで、実態に深く切り込む。

(4) 情報と仕組みを組み合わせる

- ・「全国」と「地域」の情報を一カ所に集め、地域の知財活用のベースを作る。
- ・集めた情報と仕組みを組み合わせることで、知財活用を促進する。

(5) 質の高い知的財産を生み出す

- ・知財情報を求心力に、地域の大学、研究所、企業の連携を促進する。
- ・集めた情報と知財活用の仕組みを融合し、質の高い知的財産を生み出す。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において5つのモデルとして図示した。

ここでは、特に注目すべきベストプラクティスとして、「地域独自の知財戦略を掲げる仕組み」と「アンケートとヒヤリングを繰り返す仕組み」を図示する。

注目地域・機関に見るベストプラクティス

1. 地域独自の知財戦略を掲げる

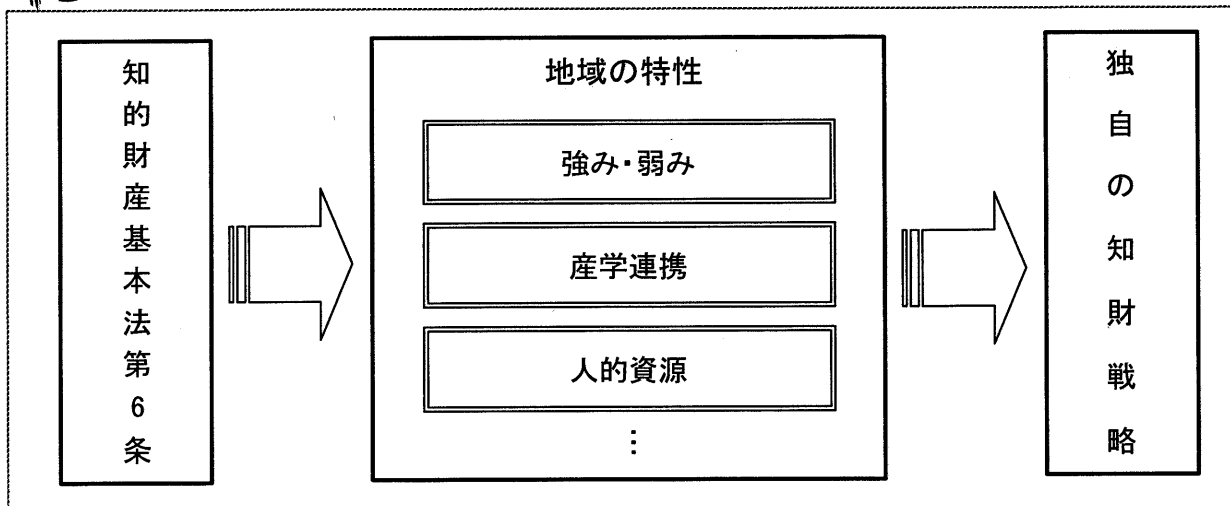


注目事例をベンチマークすると…

- ①知的財産基本法第6条において、「地方公共団体は、基本理念にのっとり、知的財産の創造、保護及び活用に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の特性を生かした自主的な施策を策定し、及び実施する責務を有する」ことが定められた。
- ②これを受けて、大阪府では、「知的財産の創造の推進」「知的財産の活用の促進」「知的財産関連人材の育成と府民意識の向上」を柱とした、独自の知的財産戦略の策定に向けた取り組みが始まっている。



特徴を図示すると…



ポイントをまとめると…

- ・これからは、知的財産が地域の競争力を左右する時代になる。
- ・そのため、地域独自の知的財産戦略を掲げることが重要になる。

注目地域・機関に見るベストプラクティス

2. アンケートとヒヤリングを繰り返す

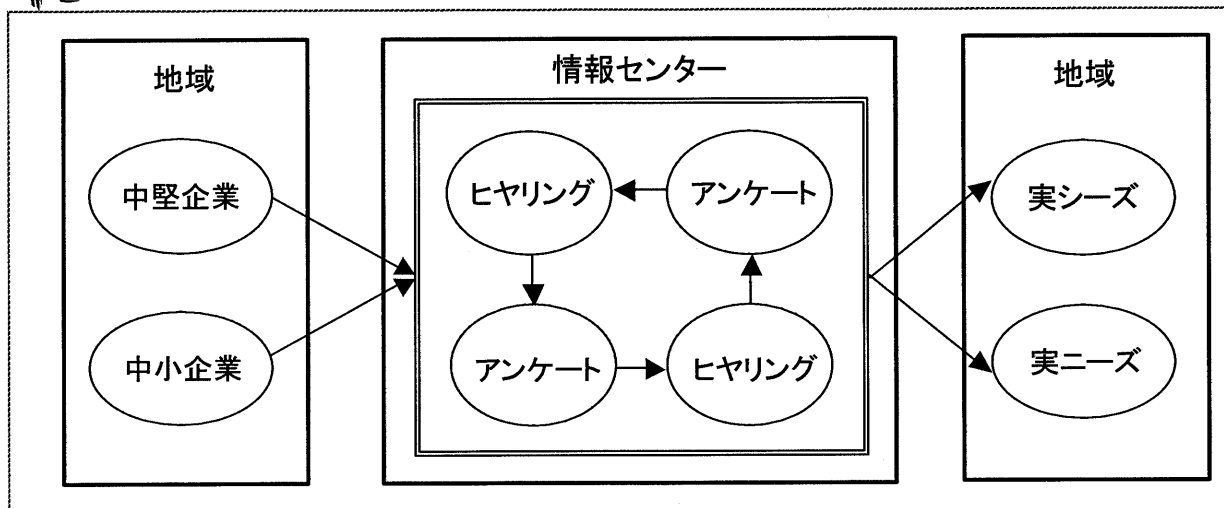


注目事例をベンチマークすると…

- ①大阪府立特許情報センターは、商工会議所や中小企業支援センターなどと連携しながら、アンケートをもとに地元の中堅・中小企業のシーズやニーズを調査している。
- ②ポイントは、1回に送付するアンケート数を一定範囲に限定していること。その上で、回答したアンケート先に対し、特許流通アドバイザーが迅速な企業訪問を行なっている。
- ③こうしてアンケートとヒヤリングを繰り返し行うことで、地域の「実シーズ」「実ニーズ」の把握が可能になる。



特徴を図示すると…



ポイントをまとめると…

- ・アンケートとヒヤリングを組み合わせることで、実態を正確に把握する。
- ・追加ヒヤリングを迅速に行うことで、実態に深く切り込む。

5. 2 浜松市

浜松市の取り組みを詳細に分析すると、地域の知財活用を促進するための“5つのベストプラクティス”が見つかる。

(1) 地域独自の強みを見つけ出す

- ・他の地域とは異なる「地域独自の強み」を定める。
- ・定めた分野において、地域の知的財産を創出していく。

(2) 地域の大学・研究所を核にする

- ・地域の大学・研究所との連携を中心に据える。
- ・地域の大学・研究所の強みを最大限に引き出す。

(3) 基礎と実用を重ね合わせる

- ・「地域の強み」から「地域の産業」が生まれてくる一連の流れを作る。
- ・知的財産を「創出する仕組み」と「活用する仕組み」を重ね合わせる。

(4) 「強み」が「強み」を生む好循環を作る

- ・地域独自の産業を創る流れの中で、新たな知的財産を見つけ出す。
- ・見つけた知的財産を核に、もう一つの強みを創り出す。

(5) 地域の強みを求心力にする

- ・特定分野のあらゆる知的財産を、一つの地域に集積する。
- ・集積した知的財産を核に、地域と企業が提携し、新たな産業を生み出す。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において5つのモデルとして図示した。

ここでは、特に注目すべきベストプラクティスとして、「地域の大学・研究所を核にする仕組み」と「基礎と実用を重ね合わせる仕組み」を図示する。

注目地域・機関に見るベストプラクティス

3. 地域の大学・研究所を核にする

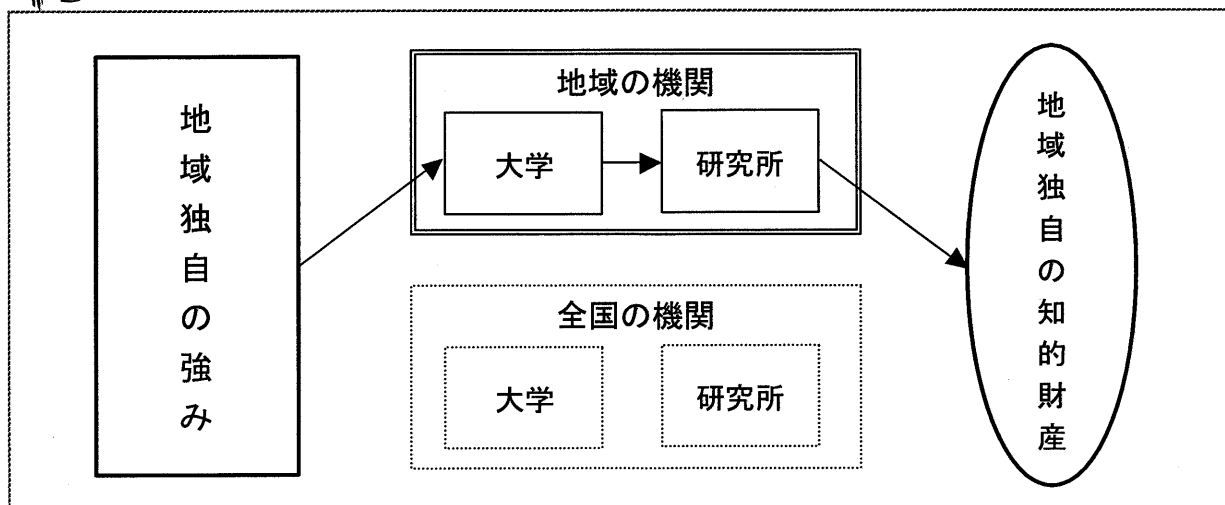


注目事例をベンチマークすると・・・

- ①光分野のクラスター構想では、地元の静岡大学の電子工学研究所が中核的役割を果たしている。
- ②医療分野の機関として、地元の浜松医科大学なども参画している。



特徴を図示すると・・・



ポイントをまとめると・・・

- ・地域の大学・研究所との連携を中心に据える。
- ・地域の大学・研究所の強みを最大限に引き出す。

注目地域・機関に見るベストプラクティス

4. 基礎と実用を重ね合わせる

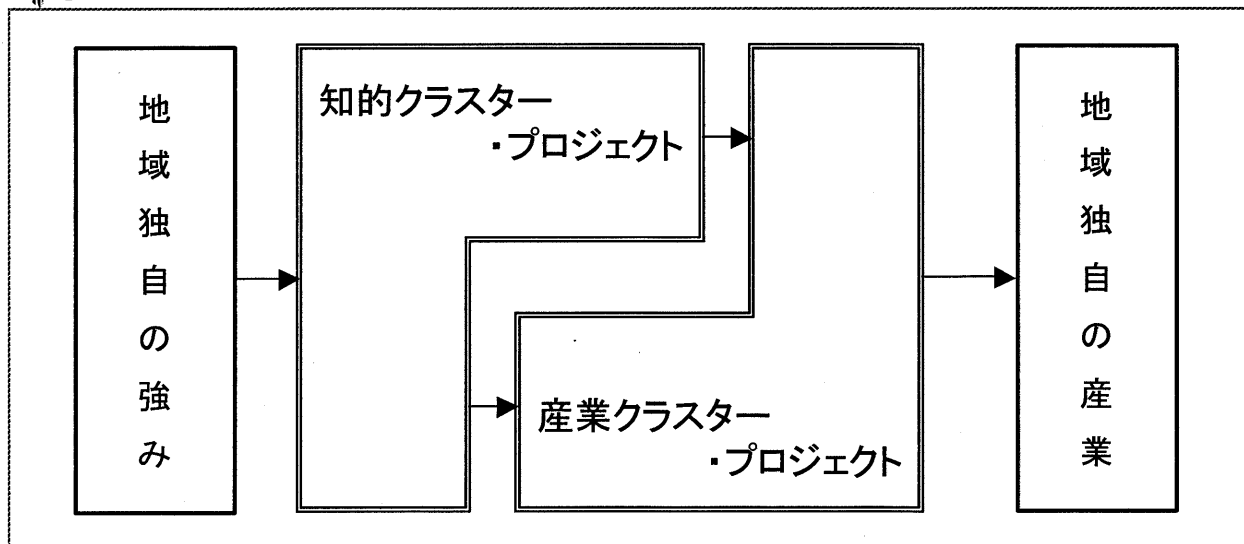


注目事例をベンチマークすると・・・

- ①地域の特色を生かすために、静岡県が取りまとめ役となり、光技術関連産業集積特区を検討している。
- ②新たな技術を生み出す「知的クラスター創成事業」と、技術の実用化を促す「産業クラスター計画」を、一連の流れとして位置付けている。
- ③これらの取り組みを総合することで、地域における新事業の創出、産業の高度化を図っている。



特徴を図示すると・・・



ポイントをまとめると・・・

- ・「地域の強み」から「地域の産業」が生まれてくる一連の流れを作る。
- ・知的財産を「創出する仕組み」と「活用する仕組み」を重ね合わせる。

5. 3 京都市

京都市の取り組みを詳細に分析すると、地域の知財活用を促進するための“5つのベストプラクティス”が見つかる。

(1) 地域の強みが生まれてくる場を作る

- ・地域の強みを生み出すための、専門組織を作る。
- ・分野を定め、研究成果を地元還元する。

(2) 川上から川下まで支援する

- ・川上から川下までカバーした、一連の仕組みを作る。
- ・多様な仕組みを提供することで、成果を最大化する。

(3) 起業成功者が目利きの役割を果たす

- ・起業成功者が、目利きとしての役割を果たす。
- ・地元への愛着をもとに、目利きとしての役割を果たす。

(4) 失敗を恐れない工夫をする

- ・事業性の高いビジネスプランは、大々的に発表し、支援していく。
- ・熟度の低いビジネスプランは、起業家の反省に生かし、再チャレンジを促す。

(5) 研究所が地域連携の核になる

- ・大学と企業の連携を、公立研究所が仲介する。
- ・三者が連携することで、研究効率が高まる。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において5つのモデルとして図示した。

ここでは、特に注目すべきベストプラクティスとして、「起業成功者が目利きの役割を果たす仕組み」と「失敗を恐れない工夫をする仕組み」を図示する。

注目地域・機関に見るベストプラクティス

5. 起業成功者が目利きの役割を果たす

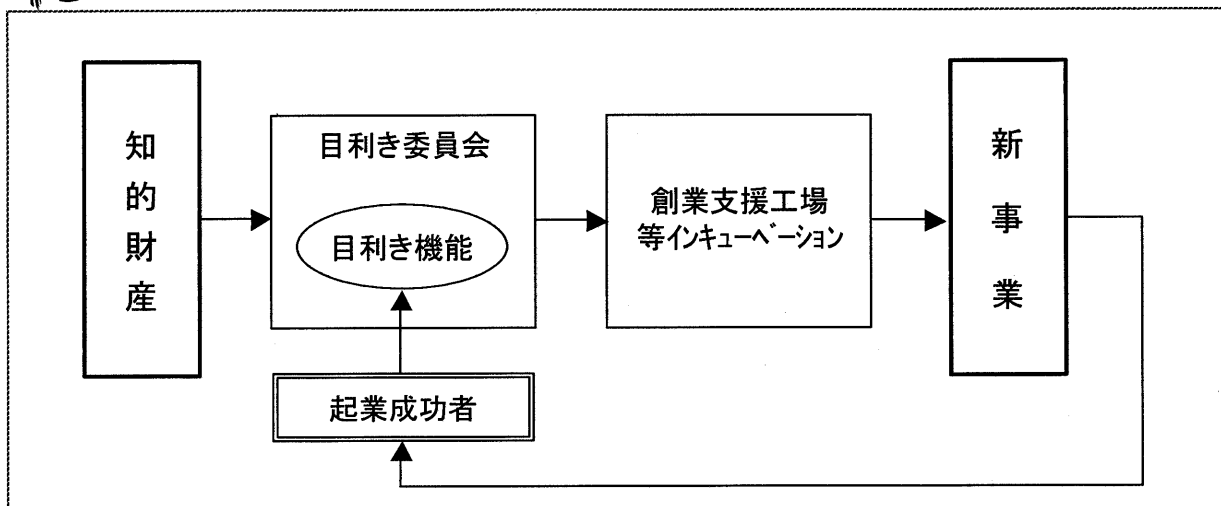


注目事例をベンチマークすると…

- ①京都市の新事業創出を促進する上で、「ベンチャー企業目利き委員会」という仕組みが大きな効果を発揮している。
- ②ここでは堀場製作所の堀場会長や京セラの稲盛名誉会長など京都でベンチャーを起こした経営者等が委員となり、有望なビジネスプランの評価選考を行ってくれる。
- ③各委員は地元への強い愛着を持っており、提出された申請書や申請者のプレゼンテーションを通じて、起業家の資質、ビジネスプランの事業性、技術等の評価を行っている。委員は全員、無報酬で活動している。



特徴を図示すると…



ポイントをまとめると…

- ・起業成功者が、目利きとしての役割を果たす。
- ・地元への愛着をもとに、目利きとしての役割を果たす。

注目地域・機関に見るベストプラクティス

6. 失敗を恐れない工夫をする

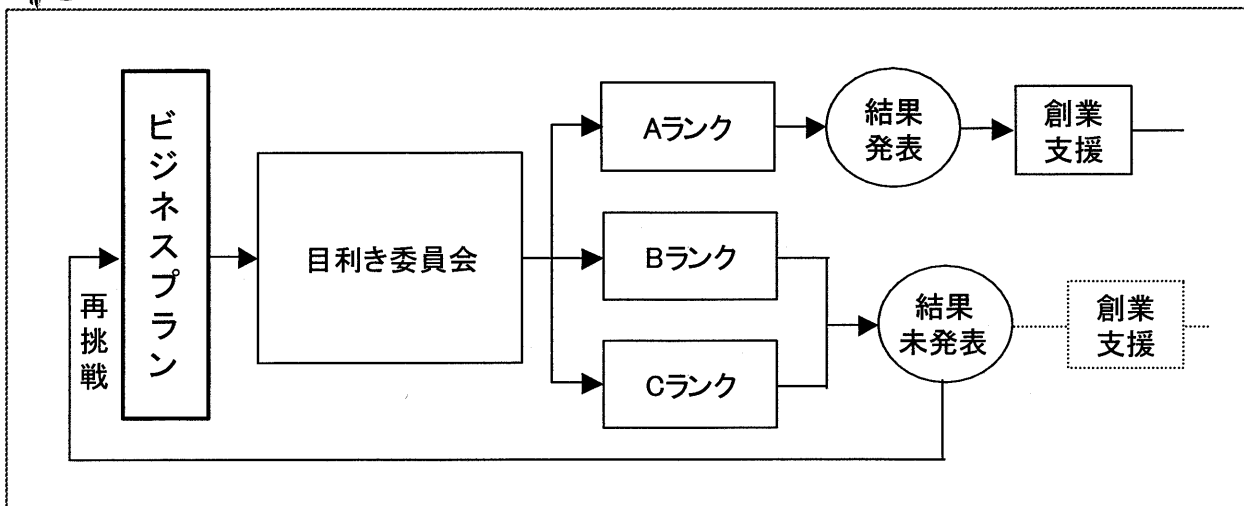


注目事例をベンチマークすると…

- ①目利き委員会には、京都市在住者に限らず、全国から応募できる。
- ②評価の結果、京都市では、ビジネスプランが「Aランク」と認定された場合、結果を広く情報発信し、幅広い支援を行っている。「Bランク」や「Cランク」の場合は内容について公表しない。
- ③したがって、起業家は「委員会による低い評価を受けること」を恐れずに、何度でもビジネスプランを応募することができる。これまでに262社が応募し、32社が審査にパスしている。



特徴を図示すると…



ポイントをまとめると…

- ・事業性の高いビジネスプランは、大々的に発表し、支援していく。
- ・熟度の低いビジネスプランは、起業家の反省に生かし、再チャレンジを促す。

5. 4 財団法人新産業創造研究機構

財団法人新産業創造研究機構の取り組みを詳細に分析すると、地域の知財活用を促進するための“5つのベストプラクティス”が見つかる。

(1) 知的財産で地域を再生する

- ・知的財産による新産業の創造が、地域を復興させる。
- ・そのために、独自の知的財産戦略が必要になる。

(2) 知財戦略を推進する中核組織を作る

- ・独自の知財戦略を推進するための、中核組織を作る。
- ・地域の産学官が連携し、組織を動かす。

(3) 大学のシーズを事業に近づける

- ・まず、「TLO」が、大学のキャンパスから知的財産を発掘してくる。
- ・次に、「研究所」が、知財の実用性を高めるための応用研究に取り組む。

(4) 企業のニーズを大学に近づける

- ・まず、「技術移転センター」が、製造現場の新たなニーズを見つけてくる。
- ・その上で、「TLO」と連携し、ニーズにマッチした大学の知財を発掘する。

(5) 知的財産の融合を加速する


- ・産学官を一つに束ねるための、地域の総合窓口を作る。
- ・成長分野の産業創造を、地域一体で支援する。

上記仕組みの特徴とポイントをまとめ、本編において5つのモデルとして図示した。


ここでは、特に注目すべきベストプラクティスとして、「知財戦略を推進する中核組織を作る仕組み」と「大学のシーズを事業に近づける仕組み」を図示する。

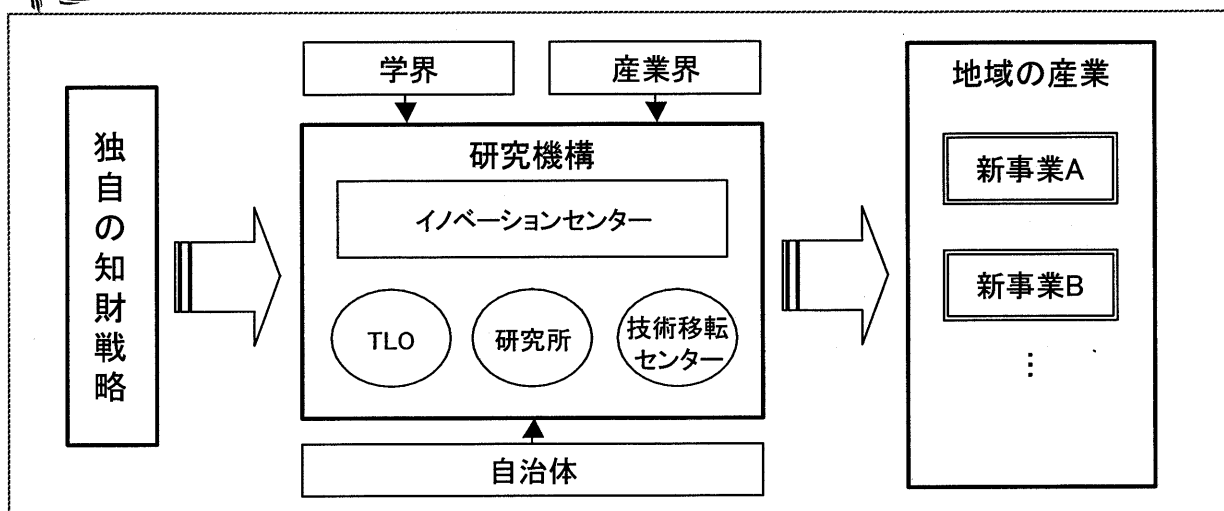
注目地域・機関に見るベストプラクティス


7. 知財戦略を推進する中核組織を作る

 注目事例をベンチマークすると…

- ①兵庫県では、震災から復旧し、経済復興を遂げる方策として、「独自の知財戦略を実行し、地域に新産業を創造していこう」という動きが生まれた。
- ②この動きが、その後の「地域の研究機構を作ろう」という流れにつながり、1997年、兵庫県、神戸市、地元企業、関連機関が中心となり、「財産法人新産業創造研究機構(NIRO)」が設立された。
- ③「TLO」「研究所」「技術移転センター」「イノベーションセンター」という4つの機関を柱に、地域の知財戦略を推進する中核的役割を果たしている。

 特徴を図示すると…




 ポイントをまとめると…


- ・独自の知財戦略を推進するための、中核組織を作る。
- ・地域の産学官が連携し、組織を動かす。

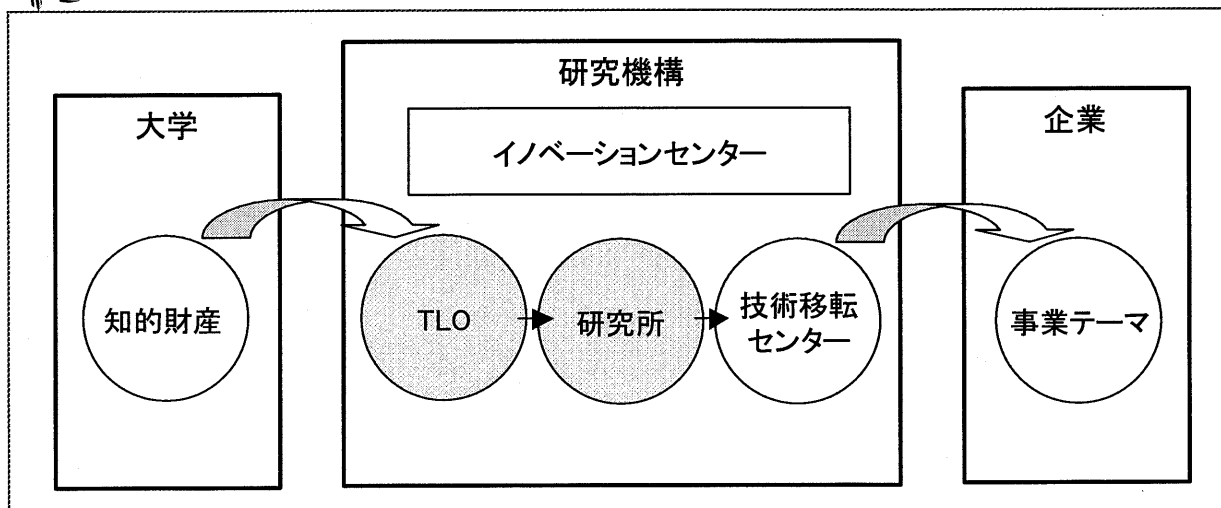
注目地域・機関に見るベストプラクティス


8. 大学のシーズを事業に近づける

 注目事例をベンチマークすると…

- ① NIROの仕組みは、大学のシーズから事業を創出する「シーズ先導型」と、企業のニーズから事業を創出する「ニーズ先導型」の2つに分けられる。
- ② シーズ先導型では、「TLO」が大学のシーズ(キャンパスから生まれた特許などの知的財産)を発掘するための重要な役割を果たす。ただし、大学の知財はそのままの形では事業化するのが困難なので、発掘した知財を改良するために、さらなる研究を行う。
- ③ そのための場が「NIROの研究所」であり、発明者である大学教授も参加し、研究会の形式で、知財の実用性を高めるための応用研究に取り組む。

 特徴を図示すると…



 ポイントをまとめると…

- ・まず、「TLO」が、大学のキャンパスから知的財産を発掘してくる。
- ・次に、「研究所」が、知財の実用性を高めるための応用研究に取り組む。