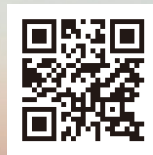


I-OPEN

COMMUNITY GUIDE



I-OPEN PROJECT
by Japan Patent Office



あなたの「知」が 社会課題を解決する 「財」となる

社会の大きな変化の背景には、常にさまざまな技術や資源を創造的な視点で読み解き、価値観のパラダイムシフトを巻き起こしていく人の姿があります。

I-OPEN プロジェクトでは、誰かの助けになりたい、社会をより良くしたい、そんな想いと創造力から生まれる知的財産をいかして、未来を切りひらく人々を I-OPENER と呼び、支援していきます。

そして、世界中の I-OPENER に光を当て、SDGs をはじめとする世界的な社会課題を「知」で解決できる社会の実現を目指して、I-OPEN プロジェクトを 2025 年の大阪・関西万博で世界に向けて発信することを目指します。

本コミュニティブックは、知財を社会課題解決やビジネスに活用するにはどうしたら良いかを紐解きます。

CONTENTS

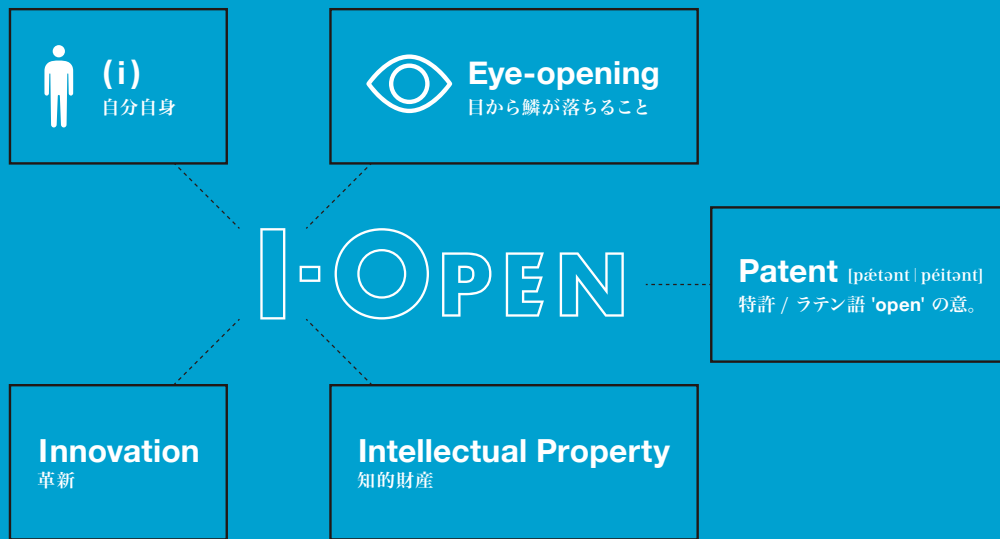
02	ABOUT	I-OPEN PROJECT とは
04		社会課題 × 知財
06		社会課題解決のための 1・2・3
08	STEP 0	想いの整理 ~ありたい姿を描く~ 九法 崇雄 / 「パーパス・ミッション・ビジョンの考え方」
10	STEP 1	アイデアの具現化 ~自らを見つめ直す~ 田中 美帆 / 「想いを整え、アイデアの発想へ」 岩井 智子 / 「商いの標し」
12	STEP 2	アイデアの実践 ~これからの価値を考える~ 志水 新 / 「見極めるプロトタイピング」 加島 広基 / 「社会課題の解決に向けた特許明細書のあり方」
14	STEP 3	アイデアの展開 ~攻略する術を身につける~ 澤田 智洋 / 「コミュニティの輪の拡げ方」 梶井 啓順 / 「ライセンスのその前に」
16	INTERVIEW	知財エコシステムの実現に向けて 鮫島 正洋 / 「地球を変えるような発明が2ヶ月に1度はやってくる」 今村 亘 / 「可能性が無限大のアイデアに最初に触れられる場所」
18	I-OPENER'S STORY	I-OPENER を知る 太田 泰造 / 「障がい者も健常者も、共存できる社会へ」 十河 哲朗 / 「海のない場所で魚を育てる、サステナブルな水産業の追求」 秦 裕貴 / 「100年続く農業のために、ピーマンから始める農業 DX 革命」 前田 瑤介 / 「きれいな水を、いつでもどこでも何度でも」 有識者のことば I-OPENER'S VOICE / メンタリング参加者の想い
26		知財の TOOLS
28		特許庁 MVV

ABOUT

I-OPEN PROJECTとは

I-OPEN プロジェクトは、部署や職種を超えて集まった特許庁デザイン経営プロジェクトチームにより始まり、想いに共感頂いた様々な方々の協力をえて推進されています。

誰かの助けになりたい、社会をより良くしたい、そんな想いと創造力から生まれる知的財産をいかして、未来を切りひらく人々を支援していきます。



社会の大きな変化の背景には常に、
さまざまな技術や資源を創造的な視点で読み解き、
価値観のパラダイムシフトを巻き起こしていく人の姿があります。

特許を意味する Patent の語源は「ひらくこと」。
これからの特許庁、そして行政の役割は、
創造する人の権利を保護することにとどまらず、
それらの智慧をさまざまな人が活用し、次なる創造活動へとつなげていくこと。
その創造の連鎖を支援していくことにあります。

I-OPEN の「I」は知的財産 (Intellectual Property) の「I」。
I-OPEN の「I」はイノベーション (Innovation) の「I」。
I-OPEN の「I」は一人ひとりが創造の担い手である私たち自身 (i) の「I」。

I-OPEN プロジェクトは、
大企業からスタートアップ、そしてこれからの文化を担うあらゆる個人まで、
ともに新たな知的創造のエコシステムをつくりだしていくことを目指しています。

MISSION

想いを知的財産のエンジンに

Passion Driven

「こんな未来がいい」「こういう社会にしたい」小さくともありたい姿を想像し、具現化するために、知的財産は強い武器となります。そんな想いを持つ一人ひとりが事業をはじめ、つづける、ひろげることを支援する仕組みを構築します。

知は一人ひとりの創造力のために

Democratization of IP

デジタルファブリケーションやオープンソースソフトウェアなどにより、個人やスタートアップ企業であっても、創造活動をより広く展開できる社会が到来しています。そうした新たなイノベーションの担い手が知的財産を活用し、自らの創造性を最大化できる仕組みを構築します。

社会変革のための知的財産

IP for Social Impact

SDGsをはじめ日本そして世界が抱える課題に対し、国内外の企業から知的財産を活用したさまざまな取り組みが生まれてきています。知的財産を企業や経済の成長のみならず、持続的な社会づくりへと活かすための仕組みを構築します。

I-OPEN PROJECT 21

I-OPEN PROJECT 21 は、知財を活用して未来を切りひらく I-OPENER とその活動を伴走支援するサポーターの専門家が1つのチームを結成し、共に考え、行動し、社会課題解決に向けて、知的財産を活用できるようにサポートしていく伴走支援プログラムです。

オリエンテーション メンタリングプログラムのゴールを共有。メンタリングに必要な資料やコンテンツの説明。

メンタリング ①
経営面での課題の洗い出しや解決方策についての支援。メンタリングのゴール設定。

メンタリング ②
SDGs など社会課題解決事業に関する強みや改善ポイントについて議論し、アイデアを明確化。

メンタリング ③
特許出願などのプラン、知財ライセンス、知財融資の方向性などの明確化。知的財産戦略の立案。広報活動支援など。

フォーラム メンタリングの活動報告や成果発表。有識者やサポーターとの交流など、今後の活動のコネクションづくり。

フォローアップ メンタリングの振り返りと今後の課題の確認。

I-OPENER にとっての「知財」は、決して独占することだけが目的ではなく、社会価値を共創していくためのツールである。個性や想い、アイデアは、知財化することで、信用を保った価値として具現化し、他者と共有できるようになる。そして、想いのこもった知財は、共感者を呼び社会を動かすコミュニティの輪へと繋がっていく。

For I-OPENER, "intellectual property" is not a goal to monopolized rights, but a tool to co-create social value. Individuality, thoughts, and ideas can be embodied as trustworthy values and shared with others through intellectual property. Intellectual property filled with passion will attract sympathizers and create a community that moves society.

社会課題解決のための

1・2・3

どの山に、どう登るかは、自ら決める

STEP 0 想いの整理

～ありたい姿を描く～

I-OPENER

STEP 1 アイデアの具現化

～自らを見つめ直す～

SUPPORTER

STEP 2 アイデアの実践

～これからの価値を考える～

SUPPORTER

STEP 3 社会価値の共創

～使いこなす術を身につける～



P8-9 へ



- ・動機の再認識
- ・社会的意義の確認
- ・ミッション・ビジョンの設定

あなたは、なぜ今行っている事業やプロジェクトをはじめたのでしょうか？きっかけになる出来事や想いはどんなものだったでしょう？

自分にとっての「やりたいことや好きなこと」「得意なこと」「やるべきこと」を改めて考えてみましょう。想いを見つめ直し、整理することで、ありたい姿が見えてきます。そして、揺るぎない意志を再確認することは、社会課題解決へ向けた大きな第一歩となります。

P10-11 へ



- ・現状/将来のリソースの整理
- ・課題解決に向けた戦略策定
- ・アイデアの創出
- ・知財の権利化準備

あなたの想いから生まれたアイデアは、どのようなユニークさをもっていますか？また、どのような人たちに伝わり、使われていくことが、想像できますか？

アイデアはカタチになってはじめて、社会へと浸透していきます。自分なりのストーリーに登場人物や社会性を踏まえることで、より具体的にしていけることができます。

P12-13 へ



- ・戦略の実行と見直し
- ・プロトタイピング
- ・ユーザーテスト
- ・知財の権利化

磨き上げてきたアイデアをカタチにした時、必ずといっていいほど、想像と現実のギャップが生まれます。これは社会が多様性に満ち溢れているからです。自分の中だけのあたり前と社会との接点を見つけて、調整していく作業は、社会実装に向けては不可欠です。ただ闇雲にギャップを埋めるのではなく、これまでやってきた自らのありたい姿を明確にもっていることで、そのアイデアはより研ぎ澄まされていきます。

P14-15 へ



- ・パートナー開拓
- ・広報/ブランディング
- ・展開のためのフォーマット化
- ・知財権のライセンス

取得した知的財産権は持っているだけでは、その価値を有効に活用できていないといえます。そして、自ら利用する以外にも活用できる手段はあります。一人の力では解決することが難しい社会課題も、想いを共にするパートナーや共感者を作ることで、知財は本来もっているポテンシャルを拡げ、社会的に価値のあるものへと発展していく可能性があります。

STEP 0

想いの整理

～ありたい姿を描く～

あなたは、なぜ今行っている事業やプロジェクトをはじめたのでしょうか？

きっかけになる出来事や想いはどんなものだったでしょう？

自分にとっての「やりたいことや好きなこと」「得意なこと」「やるべきこと」を改めて考えてみましょう。想いを見つめ直し、整理することで、ありたい姿が見えてきます。そして、揺るぎない意志を再確認することは、社会課題解決へ向けた大きな第一歩となります。

「パーパス・ミッション・ビジョンの考え方」



九法 崇雄

Takao Kunori
株式会社 KESIKI
パートナー

1979年、鹿児島県生まれ。一橋大学商学部卒業後、NTT コミュニケーションズを経て、編集者に。「PRESIDENT」副編集長、「Forbes JAPAN」編集次長兼ウェブ編集長などを務め、国内外の起業家やクリエイターを数多く取材。「世界を変えるデザイナー 39」「30 under 30 JAPAN」「SMALL GIANTS AWARD」などを立ち上げる。2019年、デザイン・ディレクターの石川俊祐らとともに、KESIKI 設立。ブランディングやナラティブデザイン、コミュニティデザインを手がけ、特許庁をはじめ、多くの企業や組織のパーパスやミッション、ビジョン、バリューの策定に携わる。

長く愛されるブランドを築くには、どうすれば良いか。他社にない技術、アイデア、意匠。こうした知的財産が重要なものは言うまでもありません。では、知財戦略をどのように立てていけば良いのか。その起点となるのが「パーパス」です。

私たち KESIKI は、パーパスを「意志と意義の交差点」と定義しています。その企業はどのような想いでつくり、どのような未来を描こうとしているのか。また、社会にとってどのような価値を提供しているのか。二つが交わる点を言語化したものがパーパスです。パーパスやそれを体現するアクションに共感した顧客や従業員、株主は、モノやサービスではなくその企業のファンになるのです。

パーパスに基づく経営を実践する企業の代表格といえば、アウトドアブランドのパタゴニアでしょう。同社のアクションは、「私たちは、故郷である地球を救うためにビジネスを営む」という宣言文に忠実です。売上げの1%を地球環境のために寄付する、気候変動問題を啓発するためのオリジナルムービーを制作する、中古品販売や修理を行うためのポップアップストアを展開する……。2019年には国連で最高環境賞である「地球大賞」を受賞し、SDGsを象徴するブランドとしての確固たる地位を築いています。

現在、パーパスに加え、ミッションやビジョンなど、似たような意味を持つ言葉もよく使われています。KESIKIではミッションを「社会に対する存在意義」、ビジョンを「ミッション実現に向けた目指す未来像」とし、ミッションとビジョンを合わせたものをパーパスと位置付けています。これらをどう呼ぶかは、大きな問題ではありません。大切なのは、意志と意義の交差点を定めることです。

パーパスをつくるために、KESIKIでは4つのステップを実践しています。

「らしさ」を洗い出す

人それぞれに異なる人格があるように、会社にも人格があります。創業者や社員へのインタビューを行い、彼らの「誇り」や「こだわり」を掘り下げてみましょう。「何が嫌なのか」を探ることも効果的です。そうすることで、自分たちが絶対に譲れないことは何なのかが見えてきます。

歴史のある会社であれば、創業からの主な出来事を並べてみて、自分たちが誇れるトピックをピックアップしてみるのもおすすめです。共通点を探ることで、その会社らしさが浮かび上がってきます。

POINT

I-OPENER



- 始まりの想いを言葉にしてみましょう
- 譲れないことは何か考えてみましょう
- ありたい姿をイメージしてみましょう
- 社会に対する意義を考えてみましょう

SUPPORTER



STEP 0のI-OPENERは想いに満ち溢れている一方で、この段階ではまだやりたいことやロードマップが漠然としていたり、課題が潜んでいたりする場合があります。まずは、I-OPENERの想いから、価値の本質、具体的にやりたいことが何かを引き出すような対話的なコミュニケーションを中心に行います。

「関係」をマッピングする

「らしさ」は、他者との関係性の中で改めて認識したり、時の流れとともに少しずつ変わっていくものでもあります。自分たちが関わるステークホルダーを洗い出し、マッピングしてみましょう。その際、直接の取り引きが発生する顧客や株主だけでなく、顧客のその先にいるエンドユーザーや社会、あるいは地球との関係についても考えてみる。モノやカネの流れに加え、双方にどんな「気持ち」が芽生えるか。ステークホルダーとの間で、相互に心地よい関係をつくることを目指しましょう。

「未来」を妄想する

「らしさ」の整理が終わったら、未来に想いを馳せましょう。「カバーストーリー・エクササイズ」は、5年後、10年後の姿を妄想するのに有効です。自分たちの会社が雑誌に特集されるとしたら、どんな雑誌に掲載されたいか。表紙を飾るタイトルや写真は、どんなものがいいか。未来へタイプスリップし、一人のユーザーとして自分たちの会社を眺めてみましょう。どんなことを実現できていたら、その会社のファンになれるか。できる限り具体的に書き出してみてください。

カバーストーリー・エクササイズ (図)

5, 10年後のあなたの会社が特集された架空の雑誌。

雑誌名	二番目にブランド・サービスを表す象徴的な写真 何故その会社を始めたのか？	一番の失敗は何か？ それをどう乗り越えたのか？
一番ブランド・サービスを表す象徴的な写真	成長の鍵は何だったのか？ 何を大切にきたのか？	5年後、10年後、この会社によって未来はどう変わっているか？
キャッチコピー		

「想い」を言語化する

未来の解像度が上がったところで、いよいよ言語化です。自分たちの会社を一言で表すと何か。図3の「パーパス・ステートメント」を埋めてみましょう。二つ目の空欄には自分たちが実現すること、三つ目の空欄には自分たちがつくりたい未来を書いてみてください。顧客に対してもたらず価値だけでなく、その先の社会に対してどのようなインパクトをもたらすかを記すことがポイントです。

パーパス・ステートメント (図)

自分たちの会社を一言で表すと何か。

_____ は、
_____ を通して
_____ を実現する
_____ です。

パーパスは、できる限りわかりやすい言葉を使ってつくりましょう。ただし、コピーライターのように美しい言葉を紡ぐ必要はありません。重要なのは、言葉とアクションが一致していること。言葉を体現するビジネスモデルを描いた上で、知財戦略をたて、プロダクトやサービスをつくる。そうして初めて、顧客や従業員や社会に長く愛されるブランドが生まれるのです。

STEP 1

アイデアの具現化

～自らを見つめ直す～

あなたの思いから生まれたアイデアは、どのようなユニークさをもっていますか？

また、どのような人たちに伝わり、使われていくことが、想像できますか？

アイデアはカタチになってはじめて、社会へと浸透していきます。自分なりのストーリーに登場人物や社会性を踏まえることで、より具体的にしていけることができます。

「想いを整え、アイデアの発想へ」



田中 美帆

Miho Tanaka

株式会社 cocoroé
代表取締役

Royal College of Art 修士号取得。2010年 cocoroé 設立。多摩美術大学・横浜国立大学「ソーシャルデザイン」講師。インクルーシブデザイン理論をベースとした調査研究と、共創コミュニケーション設計を組み合わせたデザインプロセスを行っている。農福連携ブランド「マザージュース」ブランディングで GOOD DESIGN 賞受賞、警視庁「みんなま横断歩道会議」、リクルート財団「びゅーVIEW ビュー展」、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会「18歳からのスマート通販学」、霞ヶ関とデザイン学生をつなげる「美大生 x 官僚 共創デザインラボ」などを手掛ける。SDGs de 地方創生カードゲーム公認ファシリテーター。日本グラフィックデザイナー協会 (JAGDA) 広報委員。

I-OPEN の実践を踏まえ、経営者の想いを社会課題解決に接続しながら、新たな事業アイデアの発案から具体化していくプロセスを、3ステップで解説します。

1. SDGs への接続を意識し、想いを整える

最初に、事業における現在・未来の想いが、社会課題にどのように関連づけられるかを整理します。I-OPEN では「miro」を用いた対話ボードを作成しました。チームメンバーから発せられた言葉を色分けしながら付箋にし、それぞれの情報がバラバラにならない様、対話を miro 上で可視化します。他者の目を入れながら付箋を丁寧に見ていくと、SDGs ゴールに紐づけられる言葉が発見しやすくなります。SDGs アイコンを配置したり、該当する SDGs 167 ターゲットを付箋近くに記載するなどして、どんな領域の社会課題に、どの様に寄与し得るのか？を対話ボードに盛り込みます。発言者の感情がこもっている言葉には、付箋をハイライトするのも良いでしょう。このようにチームメンバー全員が対話全体を視覚的に俯瞰できる環境を整えます。



I-OPEN「実身美チーム」のチャレンジマップ。社会課題解決を「チャレンジ」という言葉に置き換えて考える事も有効です。

2. リソースとステークホルダーの整理

次は、過去の資産や強みとなるリソースと、これから重視すべき社会関係資本、そこに必要になるリソースやステークホルダーの洗い出しです。社会課題解決には連携が不可欠です。どんな人達と共創できるかを明確化する事で、オリジナル性の強い事業アイデアが生まれます。どうしたらこの段階で未来に必要なリソースが分かるの？と思われるかもしれませんが、世界を見渡せば既に多くの参考にすべき社会課題解決型事業が沢山あります。好事例を調査しながらインスピレーションを得て、アイデアの方向性を見定めてください。

3. アイデアの発想

いよいよアイデア発想です。目の前に出そろった想い・社会課題領域・重視すべき社会関係資本・リソース・ステークホルダーの情報をもとに、チームでアイデアを発想していきます。下準備した情報の「質と量」によって、アイデア発想も大きく左右します。アイデア発想では、世代や業界の違うメンバーの発言を促す為にも「批判禁止」「便乗歓迎」「質より量」をルール化して進行する事もおすすめです。最後に出たアイデアに対して、事業成果と社会的影響力はどこにあるのか、持続する為のドライバーとなり得る1人は誰か？を見定めてください。ソーシャルデザインは「持続性」が重要かつ最も困難な壁になるので、5年～10年続ける為のバッション（真善美）が誰にあるのかを認識する事は、重要なポイントとなります。

POINT

I-OPENER



- アイデアのユニークネスはどこか考えてみましょう
- ステークホルダーを整理しましょう
- 必要なリソースを明確にしてみましょう
- ブランドストーリーを考えてみましょう

SUPPORTER



STEP 1 では、アイデアを紐解き、どんなステークホルダーに対して、どのような価値提供につながるかを具体化していきます。実現のためにどのようなリソースが求められ、その調達をどうするかなどの確認と共に将来のブランディングを想定したストーリーを紡ぐことを進めていきます。

「商いの標し」



岩井 智子

Tomoko Iwai

特許業務法人三枝国際特許事務所
副所長 / 弁理士

同志社大学法学部法律学科卒業 (1992)。印刷会社勤務 (1992～1995)。弁理士試験合格 (1997)。三枝国際特許事務所入所、弁理士登録 (1997)。北京大學にて語学研修及び法学院進修 (2000～2002)、同時に、中国国際貿易促進委員会専利商標事務所 (CCPIT) 及び中専利商標代理有限公司にて実務研修。東京での業務を開始 (2005～)。大阪大学大学院高等司法研究科実務家教員 (2005～2011)。法人化により特許業務法人三枝国際特許事務所として業務を開始 (2008～)。現在、同所副所長

ビジネスプランを描きながら、新たに提供 (刷新) する商品やサービスをイメージしてみてください。Facebook や Instagram のアイコンから伝えたいストーリーがイメージできるでしょうか？

ブランディングって必要なの？

競業他社と自社の商品等を差別化させるためのツールとして、また品質を保証し消費者の心に商品のイメージを根付かせるためのツールとしてブランディングは重要です。例えば、食品のように消費を繰り返すプレイヤーの多い市場では、その商品の良さを効果的にアピールし、顧客に飽きさせないブランディングが必要となります。特定の顧客層を狙った市場であれば起業家の思いを顧客に共鳴させることも重要になるでしょう。商品の海外販売を想定したり、技術名称をネーミングする等、その手法は多種多様で正解はありません。しかし、商標を登録することにより独占権を得ておくことは全てのブランディングに共通する対策となります。

商標はどうすれば登録できるの？

ブランドを顕在化させるために商品に付すロゴや商号等を商標登録出願し、登録商標とすることで独占権を得ることができます。実務的には次のような流れとなります。

- ① 商号やロゴの決定前に、商標登録の可能性について事前調査を行う。

② 特許庁に商標登録出願し、登録することで商標権を取得する。

③ 必要に応じて10年毎の更新登録申請を行う。

事前調査 (①) は、ビジネスに関係する商品やサービスの範囲に、同一又は類似する先行商標が存在するか否かを確認する作業です。仮に他人の先行登録 (出願) が存在すれば、他人の商標権侵害のリスクが生じますので事前調査を経て商標登録出願 (②) を行うことが肝要です。約 10ヶ月程度で特許庁の審査が終わり、登録が認められれば登録料を支払うことで 10年間の商標権が設定されます。商標権は原則として半永久的な権利であり、10年後に更新し権利を維持し続けることが可能です (③)。

ブランドを育てる

広告媒体がテレビからインターネットに変わり、ブランドの積極的活用が試されています。例えば、特許や意匠等の独占期間中にブランディングにも投資することで、高い顧客吸引力が期待できる場合があります。SNSを駆使し短期間でブランディングに成功し市場の優位性を獲得できるケースも増えています。各ビジネスに適したブランドを構築し、適切に保護し大切に育てることは、ビジネスの拡大と安定のために極めて重要です。

STEP 2

アイデアの実践

～これからの価値を考える～

磨き上げてきたアイデアをカタチにした時、必ずといっていいほど、想像と現実のギャップが生まれます。これは社会が多様性に満ち溢れているからです。自分の中だけのあたり前と社会との接点を見つけて、調整していく作業は、社会実装に向けては不可欠です。ただ闇雲にギャップを埋めるのではなく、これまでやってきた自らのありたい姿を明確に持っていることで、そのアイデアはより研ぎ澄まされていきます。

「見極めるプロトタイピング」



志水 新

Arata Shimizu

特定非営利活動法人 Policy Garage
理事 / デザイナー

NPO 法人 PolicyGarage 理事、Ridgelinez デザイナー。米国ニューヨークにある Parsons DESIS Lab の元客員研究員。東京都立大学院修士課程在学中、OTON GLASS の共同創業、Takram でのインターンを経験。富士通デザインに在籍中に渡米。帰国後、Ridgelinez に移籍、Policy Garage の設立に参画。戦略・サービス・インタラクションデザインを民間・ソーシャルセクターにて研究実践。

「プロトタイプを通じて価値を検証する」

もし、あなたが何か事業化したいアイデアを持っている場合、そのアイデアを『プロトタイプ（試作）*』する必要がある。プロトタイプ作りには、主に『技術的実現可能性』と『顧客体験』の2つの観点があります。前者は、どのような素材や部品、加工方法や構造、プログラムで実現できるかを検証し、後者は顧客のニーズを満たすか、意図した使われ方をするかを検証します。素早く、低コストでプロトタイピングすることで、量産のための金型製作や独自のプログラム開発で失敗するリスクを最小限に抑えることができます。

「アイデアを構成する要素を理解し、作り方を検討する」

まず最初に、アイデアを構成する要素である UX（ターゲットは誰で、どのような使い方をするのか）、コミュニケーション（どのようなブランドイメージ・パッケージなのか）、プロダクト（どのようなカタチやインターフェースで、どのような機能を持っているのか）を定義します。これらの定義が終わったら、自分やプロダクト開発チームでできるプロトタイプの作り方と検証すべきことを考えてみましょう。それは、何を検証するためのプロトタイプで、どのようなカタチやインターフェースで、どのような既存素材や電子部品を使い、どのような加工方法や実装方法で実現可能でしょうか？

自作文化が開花している現在、個人のブログで作り方に関する情報を入手でき、EC サイト（SWITCHSCIENCE・Amazon など）でありとあらゆる素材が入手可能であり、デジタルファブリケーション（3Dプリンター・レーザーカッター・切削機など）やオープンソース（Arduino・Processing・openFrameworks など）の発展により、あらゆる加工や開発ツールの利用が可能になっています。ウェブやアプリのようなインターフェイスもデザインツール（Adobe XD・Figma）でプロトタイプを作ることができます。一見ハードルが高いように感じますが、工夫することで、個人や小さな開発チームでも意図する体験や外観を再現できる環境とツールが整いつつあります。

「アイデアがユーザーのニーズを満たしているのかを検証する」

初期プロトタイプが完成すると次に、アイデアがユーザーのニーズを満たしていることを証明します。顧客となるターゲットを定義し、その方々が所属するコミュニティや関係者の方にコンタクトを取り、ユーザーテストの協力を得ます。プロダクトを実際の生活で使ってもらってフィードバックを得たり、行動観察することでプロトタイプの改良点を洗い出します。最終的に顧客の意見ではなく、プロトタイピングから得た顧客の行動データ（実際に購入する、継続して利用するなど）に基づき、アイデアの価値を証明していきます。

「プロジェクトの範囲を定める」

I-OPEN のメンタリングでは、希少疾患と闘う患者家族の負担を減らすニッチ製品をプロトタイプするため、簡易的なプロダクト開発の全体像（下記図）をお示しした上で必要な支援を行いました。I-OPENER はご自身で事業をするのではなく、メーカーにニッチな製品を作ってもらうことを希望されていました。そのため、企業が相談を受け入れやすくするために、まずは最終的な製品に近い試作品の開発とユーザーテストを通じて試作品が持つ価値を証明することに注力しています。

1: 試作作りと検証の証明	2: 事業の計画	3: パートナーの紹介	4: 顧客獲得の解決
<p>知識財産の所有</p> <p>特許 商標 著作権</p> <p>試作品の製作</p> <p>機能的な試作 ユーザーテスト</p> <p>ブランディング</p> <p>ロゴ パッケージ ウェブサイト</p>	<p>量産モデルの設計</p> <p>量産設計 生産工程の設計 製造工程の設計 品質管理の設計</p> <p>資本計画</p> <p>1: 売上予測 2: 費用予測 3: 利益予測 4: 投資回収期間 5: 事業計画</p> <p>マーケットニーズの証明</p> <p>市場調査 競合分析 ユーザーインタビュー</p>	<p>サブライチエーションの設計</p> <p>製造 流通 販売 物流</p> <p>ビジネスモデルの検討</p> <p>1: 売上予測 2: 費用予測 3: 利益予測 4: 投資回収期間 5: 事業計画</p> <p>顧客チャネルの検討</p> <p>直接販売 代理店 ECコマース</p>	<p>プロダクトの提供</p> <p>量産製造 販売</p> <p>紹介・登録コミュニティの形成</p> <p>顧客インタビュー SNSマーケティング 参加型開発</p>

*プロトタイプ（試作）：意図した結果を検証するためのモデル

POINT

I-OPENER



- アイデアをプロトタイプにしてみましょう
- ユーザーテストや市場分析を行ってアイデアを磨きましょう
- 知的財産の権利化を専門家と共に進めましょう
- 想像と現実のギャップを受け止めアイデアや戦略を見直しましょう

SUPPORTER



STEP 2 では、プロトタイプ開発とユーザーテストの実施を支援します。プロト開発→テスト→プロト改善のサイクルを回し、アイデアを磨き上げていくためのデザインや助言を行います。同時に市場性の評価も支援します。アイデアの見立てていく中で、出願を目指す要素があれば、知的財産戦略を検討し、権利化を進めます。

「社会課題の解決に向けた特許明細書のあり方」



加島 広基

Hiromoto Kashima

日本橋知的財産総合事務所 代表 / 弁理士

1999年に東京大学工学部都市工学科卒業後、株式会社コバタに入社。在職中は下水処理場のプラント設計に携わるとともに、次世代型の遠心脱水機（汚泥を水と固形物に分離する装置）の開発に従事する。現場にて機械製品の品質向上のため分解や組み立てを幾度となく繰り返すことにより、機械の基礎を学ぶ。2002-2003年に大井特許事務所勤務、2004年に弁理士登録し、2004-2012年に協和特許法律事務所勤務。2008年に米国 Birch, Stewart, Kolasch & Birch 事務所での研修プログラム（BSKB Summer Training Program）を修了。2012-2021年にマクスウェル国際特許事務所を共同経営。2020年より特許業務法人 IPX の押谷先生と知財実務オンラインを毎週木曜日にライブ配信。2021年に日本橋知的財産総合事務所を開設。

1. 特許公開制度の新たな活用法とは

従来より、特許出願は、自己の発明を独占的に実施しかつ他社の実施を排除する独占排他権を取得するために行われており、一方で特許出願日から1年6カ月が経過すると特許出願の内容が公開されることにより第三者に対して公開された発明を利用する機会を与えてきました。

しかしながら、近年では、独占排他権として知財を独占するだけでなく SDGs やフェアトレード等に関する個人や企業の理念を特許明細書に盛り込むことによって想いを他社と共有するような活用法が注目を浴びています。オープンイノベーションの重要性が高まる中、発明が生まれたストーリーや社会課題の解決への意思を特許明細書に記載し、公開された特許明細書によって発明を行った個人や企業への共感を呼ぶことにより、協業パートナーの募集や連携強化にも資することになります。

2. 共感を呼び社会を動かす3つのタイプの特許明細書

例えば、発明が生まれた背景から、SDGs に関する発明者の想いが伝わってくるようなストーリー型の特許明細書として特開 2022-17055 号公報（出願人：堀正工業株式会社）が挙げられます。同特許公開公報の発明が解決しようとする課題欄には、「本発明者は、キラウエアの火山灰であるブラックシンダーが余剰していることを知り、ブラックシンダーを有効活用し、SDGs の一環となればと考えた」と記載されており、発明者は、強度不足になることを避けつつ、抗菌性や味覚、更には意匠性の優れた食器を提供するにあたり、キラウエアの火山灰であるブラックシンダーを有効活用することを発明の技術的特徴として規定しています。

また、ストーリー型の特許明細書以外にも、社会課題の解決に向けての発明者本人の意思が伝わってくるような意思表示型の特許明細書（例えば、特許第 6410359 号、実用新案登録第 3228575 号等）や、発明者本人の課題意識が伝わってくるような課題提起型の特許明細書（例えば、特許第 5479829 号等）があります。

3. 社会課題の解決に向けた想いを特許明細書に込めよう

このように、事業アイデアから抽出された発明について特許出願を検討する際に、発明者の想いを特許明細書に込めることにより、この想いを特許公開公報という形で社会と共有することによりひいては社会課題の解決への貢献にもつながると考えられます。



特開 2022-17055 号公報の図1

STEP 3

社会価値の共創

～使いこなす術を身につける～

取得した知的財産権は持っているだけでは、その価値を有効に活用できていないといえません。そして、自ら利用する以外にも活用できる手段はあります。一人の力では解決することが難しい社会課題も、想いを共にするパートナーや共感者を作ること、知財は本来もっているポテンシャルを高め、社会的に価値のあるものへと発展していく可能性があります。

「コミュニティの輪の広げ方」



澤田 智洋

Tomohiro Sawada

一般社団法人世界ゆるスポーツ協会
代表理事 / コピーライター

1981年生まれ。「世界ゆるスポーツ協会」代表。言葉とスポーツと福祉が専門。幼少期をパリ、シカゴ、ロンドンで過ごした後、17歳で帰国。2004年、広告代理店入社。映画『ダークナイト・ライジング』、高知県などのコピーを手掛ける。2016年、誰もが楽しめる新しいスポーツを開発する「世界ゆるスポーツ協会」を設立。これまで110の新しいスポーツを開発し、20万人以上が体験している。著書に『ガチガチの世界をゆるめる』（百万年書房）、『マイノリティデザイン』（ライツ社）がある。

私は「世界ゆるスポーツ協会」という団体の代表理事として、日々「イモムシラグビー」「500歩サッカー」など新しいスポーツを多くの仲間たちと開発しています。特徴的なのはスポーツクリエイターという、スポーツを発明する職種を新たに生み出したことです。これまで協力いただいたクリエイターは500人以上。では何故多くの仲間を集めることができたか？

5つの「P」が人を巻き込む

私は、事業に推進力と持続性をもたらすために「PPPPP」というフレームを独自開発し、活用しています。一つ目は「Pinch」、つまりその事業がどのような課題や問いからスタートしているか。二つ目は「Philosophy」。チームで共有すべき価値観や哲学、あるいはパーパスの設定。三つ目は「Platform」。より長期的に広く深くPinchと向き合い続けるためには、単発的で硬直的なアイデアではなく、アジャイルで懐の広い器が必要です。四つ目は「Picture」。魅力的な事業の青写真を描いたり、ワクワクするような事業計画を立てること。最後は「Prototype」。絵に描いた餅で終わらないように、荒くてもいいから何かしら目に見えるアウトプットをつくる。それぞれを世界ゆるスポーツ協会に当てはめて説明します。

Pinchは、私が運動嫌いであったことと、息子に障害があったため、二人で公園に行っても楽しめるスポーツがなかったこと。Philosophyは、「スポーツ弱者を世界からなくす」という強いミッションを打ち立てたこと。Platformは「ゆるスポーツ」という新しいスポーツジャンルを開発したこと。今では110競技以上のゆるスポーツが生まれています。Pictureは、「スポーツをスポーツ以外に役立てる」というビジネスプラン。私たちはスポーツを「関係性獲得における一番楽しいきっかけ」「身体的・精神的・社会的症状に効く薬」など、スポーツを再解釈しながらスポーツ開発をしています。そして、新しいスポーツを思いついたら、とりあえず試作品であるPrototypeを速攻つくり、市場に投じて反応を見てみる。実はこの5つの「P」は、多様な人を巻き込む「5つの接点」となるのです。

ゆるスポーツ活動に加わってくれた仲間たちの動機は様々です。私たち親子のPinchに共感した。「スポーツ弱者をなくす」というPhilosophyに乗りたくなった。ゆるスポーツというPlatformが面白そうだった。スポーツをスポーツ以外に役立てるといふPictureを、自分のビジネスと連携したくなった。個別具体的なPrototypeにワクワクした。多様な接点を設定することで、多くの仲間の力を得ることができる。

皆様もよろしければ、PPPPPを考えてみてください。

POINT

I-OPENER



- 伝えたいメッセージを構造化してみましょう
- 波及させたい人・組織などターゲットを決めましょう
- パートナーの実践を促すため事業やサービスをフォーマット化しましょう
- 専門家にライセンススキームを相談しましょう

SUPPORTER



STEP 3では、社会課題の解決に結びつけるためにどのようにパートナーを見つけ、コミュニティを形成するのかなどアイデアの戦略的な発信や展開を支援します。一方で、権利化した知的財産をどのようにライセンスをして拡げていくか、I-OPENERの想いに添った拡げるための契約の在り方を検討します。

「ライセンスのその前に」



梶井 啓順

Hiroyuki Kajii

弁護士法人 内田・鮫島法律事務所 /
弁護士・弁理士

1999年埼玉県立春日部高等学校卒業。2004年慶應義塾大学工学部電子工学科卒業。2006年慶應義塾大学大学院理工学研究科総合デザイン工学専攻修了後、兼松株式会社入社。2012年慶應義塾大学大学院法務研究科修了。2013年司法試験合格。2014年高橋雄一郎法律事務所入所。2018年内田・鮫島法律事務所入所。

特許権をはじめとする知的財産権（以下「特許権等」）は、排他的な独占権であるため、特許権等に係る発明を実施した製品等は、特許権者の競争優位性を高めます。また、その特許を第三者にライセンスする場合でも、ライセンス料を得ることで間接的に競争優位性を高めることになります。I-OPENERが取り組む社会課題は公益性が高いという特殊性があり、その課題を解決するアイデアであれば広く利用されることが期待されます。しかし、仮に特許権等を取得して、独占すれば、そのアイデアが広く利用されることはなくなるという相反する結果となり得ます。ここでは、独占と開放という相反関係になりやすい特殊性の観点から、知財を取得する目的とライセンスする場合の考え方を検討してみたいと思います。

1. 特許権等を取得する目的

仮にアイデアを権利化せずに自由技術とした場合、取り組む社会課題の解決のためではなく、異なる目的で利用される場合があります。また、本来の目的に利用されても、低品質な製品しかない場合、元々のアイデアの価値や信頼性が低く捉えられてしまいます。このような意図しないケースを排除する手段として、特許権等を活用できます。つまり、必ずしも独占することが目的ではなかったとしても、

I-OPENERが特許権等の取得を検討する意義は十分にあるのです。

2. 特許権等を第三者にライセンスする場合

特許権等を取得した場合、その発明が広く実施されるために、第三者にライセンスすることも選択肢になり得ます。アイデアを幅広く利用してもらうには、ライセンスを受ける第三者にとってのハードルを低く設定することが肝要です。例えば、非独占的とする、ライセンス料率を相対的に低くする、製品等の製造数量・販売数量・販売先・販売地域等の制限を付さない又は緩やかにするなど、ライセンス条件を緩やかにすることが考えられます。一方、アイデアの本来の利用はライセンスの重要な条件となると思います。また、低品質の製品等しか製造できない場合、市場全体への信頼が低下するおそれがあるため、ライセンス先が品質を担保する技術力を有することが条件となりえます。そして、前者の条件違反は、ライセンス料の増額事由又は解除事由に、後者の条件違反は解除事由になり得ることをライセンス契約に定めるのが良いでしょう。このように、単に独占するだけでなく、本来のありたい方向へとアイデアを導くためのツールとして、特許権等は有効に働くのです。

INTERVIEW

～知財エコシステムの創造～

地球を変えるような発明が2ヶ月に1度はやってくる

鮫島 正洋

弁護士法人 内田・鮫島法律事務所
代表パートナー弁護士

1985年、藤倉電線株式会社（現（株）フジクラ）に入社、エンジニアとして電線材料開発に従事し、筆頭発明者として40件を超える特許出願を行う。同社在職中に弁理士資格を取得。1992年から日本アイ・ピー・エム株式会社知的財産部所属、IBM社のノーベル賞受賞発明（1986年）である酸化物超伝導にかかる基本特許の権利化などの特許業務に携わる。1996年司法試験最終試験合格後、司法研修を経て、1999年弁護士登録。2000年から松尾総合法律事務所、2004年7月現職。2011年直木賞受賞作品池井戸潤氏著「下町ロケット」に登場する神谷弁護士のモデルとなった。2012年知財功労賞受賞。



Q. 相談に来られるのはどのような方ですか？

私たちの法律事務所は、ちょっと変わっていて、技術を持っているお客さんばかり来ます。皆さん自分たちの持っている技術を世の中の役に立てたいという思いを強く持っていて、それをどのようにサポートしていくかが我々のミッションです。

今でも2か月に1度くらい「これは、地球を変えるな」って思える技術が来ますね！

技術的なレベルからすると本当に地球を変えられるレベルなのですが、技術だけでは地球は変えられなくて、それをきちんと社会実装、事業化しなければいけない。

そのためには、知財とか法務が必要になります。そのためには、専門家によるチーム編成が必要だと思っていて、その一翼を担っていると感じる時は、この仕事やっていて本当に良かったと感じます。

Q. 支える側の視点で重要なポイントはありますか？

スタートアップは、人間でいうと赤ちゃんみたいなものです。きちんと育てれば、ものすごく社会的に活躍するのだからけれど、様々な要因できちんと育たない。

例えば、資金調達がうまくいかなかったとか、プロジェクトが途中で頓挫したとか、昨今のように新型コロナが蔓延してしまったり、色々な阻害要因があります。このような阻害要因というのを可及的に想像して、それらを取り除いて、成長の道筋を整備するようなイメージが大事です。

スタートアップにとっては、投資家とのリレーションはとても重要なので、どのようなビジネスモデルやゴールを設定したら投資家に振り向いてもらえるのか。ゴールを設定した時に、今度はどのような特許を取ったり、契約書を作ったりするとそのゴールにより近づけるのか。「私が投資家だったら…」という視点で常に見ています。

Q. 「知財」の面白さはどこにありますか？

もともと技術系で、自然科学を中心に履修してきたので、法律を学んだことはありませんでした。自然科学って、現象論じゃないですか。「水は100度でしか沸騰しません」という事実を人間が変えることはできない。ところが法律はルールなので、人間が社会をよくするために変えることができる。法律に出会った瞬間に感じたのは、そういう魅力でしたね。

法律は、堅苦しく、人々を規制するものだという印象があります。しかし、本質は全く違うのです。例えば、特許法は、どのようなルールを作ったら、みんなが発明をして、みんながそれを世の中に役立てようとしていけるか、という視点をベースにして、発明の保護と活用を促進するために作られています。面白い世界だなんて思いましたね。

Q. 新しいことを始める方へメッセージをいただけますか？

今の日本は、明治維新・終戦後と同じぐらいの転換期が訪れているような気がします。それは、思想の転換をも含む動きです。高度成長期からバブル崩壊と続き、社会的な動きや思想が停滞する時代が続いてきた中で、ようやくリスクを取ることに、アントレプレナーシップをもってチャレンジすることが、尊ばれる風潮となり、それに呼応した若い世代が活動を始めた。

政府も「価値デザイン社会」の文脈の中で、そういう芽をきちんと応援していこうという方向に政策を転じています。事業を起こす、社会を変革する人にとっては、追い風が吹き始めました。みなさん自信を持ってどんどんチャレンジしてください！

そして、この日本を変えていきましょう！

より良い未来を拓く「知」には、人の情熱や想いが詰まっています。その「知」が社会的に価値を持つには「知財」として権利化する必要があります。知財の発展・普及・啓発に日々尽力されている弁護士・鮫島正洋氏と、特許庁内で常に新たなチャレンジを続ける今村亘氏に、知財に対する考え方や、知財のもつ可能性について伺いました。

無限大の可能性をもつアイデアに最初に触れられる場所

今村 亘

特許庁 審査第二部 上席審査長
デザイン経営プロジェクトチームリーダー

1994年特許庁入庁。機械分野の特許審査・審判、米国留学等を経て、2014年から2017年まで知財アタッシュとして日本貿易振興機構（JETRO）ニューヨーク事務所勤務。2018年7月に新たに立ち上げたスタートアップ支援チームを率い、特許庁のスタートアップ支援施策の指揮を執る。現在、「デザイン経営プロジェクト」においてプロジェクトチーム長を務める。



Q. I-OPEN や MVV 刷新など新しい活動を始めたきっかけは？

特許庁は、それまで紙中心だった庁内の事務処理をペーパーレス化するために、初めてコンピュータを導入するなど、昔から結構新しいことに取り組んできた官庁です。

2009年に最初の特許庁 MVV（ミッション・ビジョン・バリュー）を作ったのですが、社会が大きく変化していく中で、特許庁も変革し、更にブーストアップしていかなければならないという機運が高まり、今回 MVV を更新しようということになりました。以前の MVV では、グローバルといった視点が強調されていたのですが、今回の MVV ではイノベーションのコアとなる、私たち一人一人の創造力の発揮といったところに注目をしました。また、ビジョンに「知財エコシステムを協創する」ということを入れています。知財エコシステムの実現は、特許庁だけではできないので、知財に関わる全ての人と一緒に実現していきたい、「協創」していきたいという想いを込めています。

特許庁は、新しい技術やデザインがたくさん集まってくる官庁で、イノベーションの発信拠点になっています。更にイノベーションをリードするために、より新しい特許庁を目指そうという想いを込めた MVV ができたと思います。

Q. 特許庁の審査官はどのような仕事をしているのですか？

審査官は、技術やデザインと法律という、異なる知識を両方持つ特殊な人だと思います。制度ユーザーの声をよく聞き、その声の中からユーザーの想いを汲み取り、その一方で社会のバランスを見ながら、自らの持つ技術やデザイン、法律の知識を最大限に活用して審査や知財行政に取り組むことが求められています。

普段生活している時に不便だなんて感じる事が結構ありますよね。それってある種の発明の種だと思います。

私はいつもそう思った時に、後々何かに使えるかな、ビジネスになるかなと思ってノートに書きとめています。後で見返すと、結構実現されたり、製品になっていたりするものがいっぱいあって、自分で起業しておけば良かったなと思うことがよくあります。（笑）

いいアイデアだなと思った時に、誰かに言っちゃったらまずいよなと思いつつ、本当に出願しようと思った時に誰かに相談したいかとか、実際にいらかかるとか、自分が発明者になったつもりでロールプレイをしてみると結構わからないことがあつたりします。そうすると、制度や既存のサービスで何が足りないのか気づくことができます。相手の立場に立って考えることで得られるものが日々の仕事にフィードバックされていることってたくさんあります。

「前例があるから」、「これまでのルールがあるから」、といて、それが当たり前というふうには思わず、それまでのルールや見方そのものを見直すことが大事だと思います。デザイン思考にも通じるところがありますが、社会が変わっていく中で、メタ的な視点を持ち、本当に大事な本質は何かというところを見極めながら仕事をしていくことで、もっと社会に貢献でき、必要とされる存在になれると考えています。

Q. 今村さんにとって知財とはどのような存在ですか？

私にとって、知財は果てしなくポテンシャルがあり、何でもできるものだと思います。自分を守ることもできますし、知財を使って誰かを助けたり、だれかと繋がったりすることもできます。

特許庁は、まだ世の中に知られてない可能性の原石に、最初に触れることができる職場なんです。これから新しいイノベーションが生まれるかもしれない瞬間に、立ち会えるというのはワクワクしますね。

私は、特許庁でスタートアップ支援のチームを立ち上げたのですが、スタートアップ企業の人たちと話をしていると、庁としてやるべきことや新しい政策を立てるためのインスピレーションをもらえます。自分の中でもイノベーションが日々起こるんです。

こういう仕事をしているといつでも楽しむことができるし、いつでも新しいことに挑戦できると感じています。これが特許庁にいる限りずっと続けられると思うと、毎日ワクワクしますね。次は何をやってみようかといつも考えています。

I-OPENERを知る

知的財産をいかして、未来を切りひらこうと活動をしている「I-OPENER」。社会課題解決へ向けた活動の動機や想い、知財を事業へ活用する取り組みなど、それぞれの人々の想いを紡いでいくストーリーを紹介します。



I-OPENER'S STORY #01

障がい者も健常者も、共存できる社会へ。

ゴムメーカー発、誘導ブロックの進化系

視覚障がい者用の誘導ブロックと聞いて真っ先に思い浮かぶのは、表面に凹凸のついた黄色い点字ブロック。すでに半世紀前からある業界のスタンダードですが、近年になって、新しい素材を用いて新しい課題解決を図る製品が登場しました。製造するのは、大阪のあるゴムメーカー。大量生産・大量消費の社会を脱し、次の時代のメーカーのあり方を模索する企業のチャレンジとは？そして、知財活用の方法とは？その取り組みを伺いました。



知財とは、一歩踏み出す勇気を与えてくれるもの

弊社はモノづくりを専業とする企業ですから、知財の取得については、製品開発当初から考えていました。

知財に関しては、大きく二つの役割があると思っています。一つは、自分たちの製品やアイデアを適切に守り、競合他社の参入に備えること。中長期で事業戦略を考えた場合、特許などで参入障壁を設けることは、ビジネスを持続させるために重要なことだと思います。

そしてもう一つは、お墨付きを得ること。新しい製品で、かつ市場も新しいとなると、その有用性を理解してもらうのは、容易ではありません。知財化することによって、自社での検証だけでなく、公的な認証を得ることができます。それは、安心感につながり、特に福祉の分野では大きなアドバンテージになります。公的機関などは、過去の実績を大事にしますから、知財によるオーソライズが必須となってくるのです。またプレスリリースやメディアによる波及など、自社だけでは届かないプロモーションにもなります。製品をただ売るだけでなく、それによって社会を動かしていくことを目指すなら、このような展開が欠かせないと思います。

このように、知財の二つの側面を、ビジネスのオフェンスとディフェンスに使うことで、可能性を大きく広げることができると思っています。

I-OPENER PROFILE

太田 泰造（おおた・たいぞう）

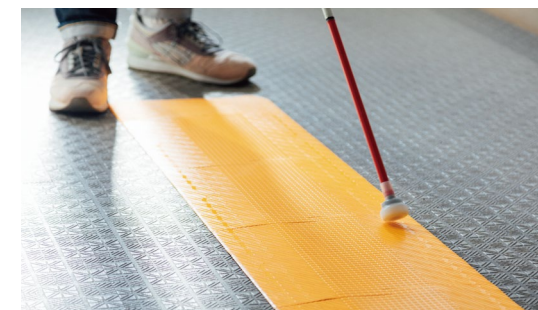
錦城護膜株式会社 代表取締役社長

錦城護膜株式会社代表取締役社長。錦城護膜創業家の三代目として、1972年に生まれる。若さゆえの反抗心からか、家業を継ぐ気はまったくなく、大学卒業後は富士ゼロックスに入社。営業マンとして活躍しながら、やがて企業経営に関心を持つようになる。2002年に、錦城護膜に入社し、2009年に代表取締役就任。松下幸之助の「共存共栄」の姿勢に感銘を受け、自らの座右の銘とし、既存の「メーカー」の枠にとらわれない活動を行なっている。社名にある錦城とは、実は大阪城の通称。大阪城のような、大きく、堂々として、市民の心の拠り所のような存在になりたいとの思いから名付けられた。

<http://www.kinjogomu.jp/>

その製品は、社会に気づきを与えているか

私たちはメーカーとして、モノづくりを通じてより良い社会を実現する方法を常に模索しています。ですから、この「歩導くんガイドウェイ」は私たちの企業姿勢を示す大切な商品であり、売上を上げることを主眼とした活動ではありません。実際、「市場」として考えれば、視覚障がい者の数は全国に31万人程度と限定されています。しかし、そういう考え方を脱したモノづくりこそ、私たちの模索の現れなのです。



視覚障がい者も健常者も、誰もが共存できる空間をつくりたい。しかし、健常者から見ていただけでは、社会の一側面しか見えてこない。そのためには、マインドチェンジが必要なのです。私たちは、製品づくりを通じて、マインドチェンジを進めていきたい。「歩導くんガイドウェイ」を設置してみて、健常者の方にも、白杖で歩いていただいたり、車椅子に乗っていただくなど、体験する機会を提供します。すると、皆気付くのです。視覚障がい者や車椅子の方が、日常生活にどれほどの不便を強いられているのかを。そして、これから街中で点字ブロックや歩導くんを見るたびに、そのことを思い出し、障がいを持つ方々への配慮が自然に生まれます。これが、私たちメーカーができる、本当の意味での社会貢献なのではないか。微力ではありますが、私たちは製品と知財という強い武器を得て、そのことにとっても手応えを感じているのです。

インタビュー記事の全文はこちら

I-OPENER'S STORY #01

www.i-open.go.jp/story/01/



海のない場所で魚を育てる、 サステナブルな水産業の追求。

水処理技術を応用して生まれた、陸地での水産養殖

「庶民の食卓から魚が消える?」。豊かな水産資源に恵まれている日本では想像しにくいことですが、世界の現状を見ると、そう楽観視できません。人口増加によって世界の水産物消費量が増え続ける中、天然漁獲量はすでに頭打ち。打開策として海面養殖も行われていますが、海にかかる環境負荷が大きく、新たな社会問題となっています。海のない場所での閉鎖循環式陸上養殖に取り組む、ある企業の挑戦を聞きました。



陸上養殖に参入したい企業を、技術でサポート

最初に特許を取得したのは、濾過システムです。理論上は、魚を飼育する海水を濾過し、汚染物質を完全に除去できれば、外から海水を運び込まなくても、循環システムが作り出せます。しかし、当時、技術者が持っていたのは排水処理の技術だけで、魚が住める環境にするものではありませんでした。きっかけは、辻が行きつけの居酒屋さんで飲んでいた時に、大将に相談されたことです。「いけすの魚が死んでしまうんだが、あんたたちのやっている水処理の技術で、何とかならんもんか」と。ここから、私たちの壮大なチャレンジが始まったのです。

陸上養殖は、世界から注目されている手法ですが、まだ商業ベースに乗せられた事例は知られていません。私たちは、国内でサーモンの育成から販売まで一気通貫で手がけていますが、海外では陸上養殖に参入したい企業に対してライセンスとして技術的なサポートを行う形も検討しています。そのために、自分たちの技術のどの部分を知財化するべきか、慎重に検討を進めています。今手がけているのはサーモンですが、私たちの水処理と陸上養殖の技術は、養殖可能なあらゆる魚介類に転用できるため、世界展開も視野に入れて考えています。

I-OPENER PROFILE

十河 哲朗 (そごう・てつろう)

株式会社 FRD ジャパン 取締役 COO

1984 生まれ。父の実家が香川で、幼少期から釣りに出かけたり、魚を飼育したりと、魚類に親しんで育った。京都大学農学部卒業後、三井物産に入社。自ら希望して水産物の輸入販売担当となり、世界の漁場とその現状を見る。水処理大手メーカーから独立し、2013 年に FRD ジャパンを創業した辻洋一氏と、水分析を手掛ける共同創業者の小泉嘉一氏と出会い、三井物産から FRD ジャパンへの出資を実現。その後自身も COO として参画。陸上養殖で未来の魚食文化を創造するべく、奮闘している。

<https://frd-j.com>

海のない国の、子供たちへ

私たちの活動は、幸いなことに多くのメディアに取り上げられ、注目していただいています。消費者から「おいしい」と嬉しい声もいただきます。しかし、現状の年間 30 トンという設備キャパシティでは、業界にもたらすインパクトは微々たるものです。最低でも年間 2,000 トンを安定して水揚げし、採算ベースに乗せることで、ようやくスタートラインに立てることになります。そのために、いかにスケールアップさせていくかが今後の課題です。



年間 2,000 トンとなるとプラント規模が現在よりもかなり大きなものになります。このスケールアップに伴うリスクにどのように取り組むかというのが次フェーズの焦点になります。工業製品ではなく、生き物が相手ですから、日々の操業面でも多くのチャレンジがあるのは当然のことですね。私自身、小さな頃から魚が好きで、魚類に関わる仕事がしたいと思ってきました。それが今は、魚を身近に感じられる社会が無くなるかもしれない。だから私たちがこの事業を通じて、未来の子どもたちにも豊かな魚食文化を残していきたいと、使命感に燃えています。そして、いつかは私たちの技術を使って、海のない国の子供たちにも、当たり前が魚が食卓に上るような環境が作れたら、さらに素晴らしいことだと思っています。

インタビュー記事の全文はこちら

I-OPENER'S STORY #02
www.i-open.go.jp/story/02/



100 年続く農業のために、 ピーマンから始める農業DX革命。

AI 画像認識を活用した、ピーマン自動収穫ロボット開発

世界の人口増加を背景に、食糧危機が喫緊の課題となっています。一方、国内に目を向けると、農業は高齢化が進み、人出不足が深刻化。農業人口は下降の一途をたどっています。そんな状況をテクノロジーの力で打破すべく誕生した農業ベンチャーが、宮崎に拠点を置く AGRIST 株式会社。地元のピーマン農家と共同で収穫ロボットを開発し、2022 年秋の商品化を目指しています。100 年先まで続く、持続可能な農業の実現に向けて。農家の経験とエンジニアの技術力が掛け合わせられ、新しい可能性が生まれようとしている宮崎の現場取材しました。



技術を過信せず、シンプルでタフなものを作る

ロボットなどハードウェアの開発には、莫大な初期投資が必要になります。知財化によって、外部に対してこの研究の価値を分かりやすく示すことができ、資金調達につなげやすくなるのが、まず大きなメリットだと思います。またエンジニアの観点からすると、膨大な開発時間をかけたものが知財としてひとつの形に整理され、まとめられることには努力が報われる感覚があります。新分野の研究においては、新しい技術を確認して世の中に普及してほしいという思いと、膨大な時間を注ぎ込んで開発したものが他社に真似されては困るというジレンマが、常にあると思います。知財化することで、そのジレンマに陥ることなく開発に取り組めるのは、エンジニアのモチベーションのためにも大事なことだと思います。

ピーマン収穫ロボット「L」の画期的な部分は、まず地上を走らせるのではなく吊り下げ式にしたこと。そして、収穫ハンド部分の仕組み。この 2 点にあるのですが、それは両方とも、共同開発に加わってくださっているピーマン農家の福山望さんの提案によるものです。福山さんは、農家でありながら新しい技術に貪欲で、どうすれば効率的な農業ができるかをいつも考えている方です。エンジニアは、とすると過剰に機能を加え、複雑にしたがります。しかし福山さんは常に収穫の現場で使えるものかどうかの観点で判断してくださいます。複雑にするほど導入コストも高くなり、壊れやすくなる。本気で日本の農業の生産性を高めていくな、農家さんにとって徹底的に便利なものであればならない。その点はとても勉強になり、今でも日々向き合っている課題です。

I-OPENER PROFILE

秦 裕貴

AGRIST 株式会社 取締役・最高技術責任者

1993 年、福岡県福津市生まれ。モノづくりに興味を持ち北九州工業高等専門学校に進学。機械工学やロボット開発の基礎を学ぶ。卒業後、新規就農も考えたが、学内に設立されたベンチャー合同会社ネクストテクノロジーに入社。特殊用途 3D プリンタの開発や家庭用見守りロボットの開発を担当した。その後、2019 年に AGRIST の CTO に就任し、宮崎へ移住。農家を助けたいという思いは、将来自分が農家になっても生きていける農業を実現したいという思いから。心の豊かさや経済的な豊かさが両立できる農業の実現を目指している。

<https://agrist.com>

農家という仕事にもっとリスペクトを

私たちはまだ創業から 2 年の若いスタートアップです。創業当初は、あくまで脳内のシミュレーション上でピーマン収穫ロボットが作れると信じていただけの状態でした。でも、実際に福山さんたちと開発を続け、ピーマン収穫ロボットは現実的になってきました。あとは、それを農家さんに使っていただけるように改良を重ねていくことです。農家という仕事は、年に一度しか新しいチャレンジができない仕事であり、かつ生活がかかってもいるので、農家さん自身は大胆なチャレンジはしにくい。農家さんと一緒に開発している我々がどんどんチャレンジをしていき、動作の安定性や導入コスト、メンテナンスなど、使い勝手を追求していきます。最終的には、軽トラックを買う感覚で収穫ロボットを買うような状況にしたい。ピーマン栽培を始めるならセットで「L」も導入するのが当然、ということまで持っていきたいと思います。



元来、人は食べなければ生きていけない生き物で、日々食物を作り、食卓を支えている農家さんはもっと社会からリスペクトされて然るべきだと考えています。しかし現状の農家の仕事は、ぎつくて不安定で儲からないというイメージ。そこを、変えていきたいのです。私自身、卒業後は新規就農も考えましたが、二の足を踏んでしまったのも、そんな懸念からでした。でも遠回りしたおかげで、エンジニアリングの技術を生かし、農業の課題解決に向かうことができている。私たちは、農業に詳しいエンジニアの集団として、農業にテクノロジーを掛け合わせて、作る人も食べる人も幸せになる農業を実現したい。いま、その第一歩を踏み出したばかりだと思っています。

インタビュー記事の全文はこちら

I-OPENER'S STORY #03
www.i-open.go.jp/story/03/



I-OPENER'S STORY #04

きれいな水を、いつでも どこでも何度でも。

センサーとAIで実現する、小規模分散型水循環システム

水道をひねれば水が出て、飲用水はペットボトルでどこでも買える。そんな時代に、水のありがたみを実感する機会は、多くありません。しかし、ひとたび災害が起これば、状況は一変します。度重なる災害、世界の人口増加とともに進む水不足、さまざまな懸念がある中で画期的な小規模分散型水循環システムを開発したのがWOTA。その大胆な挑戦は、生活インフラを根底から変える可能性を秘めています。東京・馬喰町にあるオフィスを取材しました。



極限状態で感じた、水のありがたみ

私は、高校時代に水処理の研究をした後、大学時代は建築学を専攻していました。建築設計において、水というのは唯一、設計側で自由に扱えないインフラです。電気は発電システムを導入したり、ガスも個別に確保したりすることはできる時代ですが、多くの場合、水だけは上下水道を利用するしかありません。日本の上下水道は、日本社会が成長期だった頃にシステムが決められ、それ以降まったく変わらないインフラストラクチャーです。しかし、人口減少社会に突入し、現在は赤字が続いています。そのことが、私の興味を建築からインフラとしての水に向かわせました。

日本は災害の多い国で、地震や水害などで社会インフラが止まると、人は途端に脆くて弱い存在になります。例えば2018年の西日本豪雨では、避難所に人が押し寄せ、衛生的にも劣悪で精神的にも辛い生活を余儀なくされました。そこで、試作段階だったWOTA BOXのシャワーキットを提供したのですが、ただ水が使えることに対し、こんなに感謝されたことは、かつてないことでした。これまで暗い顔をしていた被災者が、数日ぶりにシャワーを浴びて、心底ホッとした表情をするんです。子供たちがシャワー室の中でキャッキヤとはしゃぐようなシーンもあれば、張り詰めた緊張の糸が切れたように、シャワー室の中から嗚咽が聞こえてくることもあり。私自身、とても胸を打たれる印象的な体験でした。当たり前前に水を使える状況は素晴らしいことですが、そうではなくなった時の対策があまりになされていません。事業を進めていく中で、私たちが想像を超える社会的意義を肌で感じる度が度々ありました。

I-OPENER PROFILE

前田 瑠介
WOTA 株式会社 代表取締役 CEO

1992年徳島県生まれ。
東京大学工学部建築学科卒業、同大学院工学研究科建築学専攻（修士課程）修了。幼少期より生物研究に明け暮れ、高校時代には食用納豆由来ポリグルタミン酸を用いた水質浄化の研究を行い日本学会で発表。大学・大学院在学中より、大手住宅設備メーカーやデジタルアート制作会社の製品・システム開発に従事。その後起業し、建築物の省エネ制御のためのアルゴリズムを開発・売却後、WOTA 株式会社に参画し COO に就任。現在同社 CEO として、自律分散型水循環社会の実現を目指す。

<https://wota.co.jp/>

将来的なオープンネスを確保するための知財

WOTA は、製品がハードウェアであるためハード開発の企業と思われがちですが、センサー技術やソフトウェアにも強みがあります。特許として保持しているのは、「自律化」と「小型化」の2点に関する部分です。水処理においては、水の状態や流量など常にインプットが変化するなかで、常に安定したアウトプットを出さないといけません。その適切なオペレーションは、各水処理場にいる技術者の方々が、まるで酒蔵における杜氏のように、熟練の技で担っています。WOTA では水処理の複雑なプロセスをデータで把握し、学習を繰り返して、日々精度を高めています。そして、これらを小型化し、製品を一人で運べる大きさにまで小さくすること。ここにも、エンジニアの努力が詰まっています。



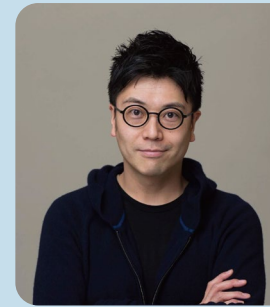
テクノロジーやアイデアなど無形のもの、フェアでサステイナブルに人類が共有するためのコミュニケーションの手段。それが、私が考える知財の目的です。私たちは、世界中の人々に小規模分散型水循環システムを使ってもらえるようにしたいですし、そこで自社の利益ばかり確保したいとも、その領域を独占したいとも思っていません。むしろ、小規模分散型水循環「産業」として、色々な企業が参加し、世界の水問題の解決を加速することを願っています。また、その際には、私たちの技術や知財をオープンにして、色々な企業に使っていただきたいと思っています。そのためにも、将来的なオープンネスを守るために、必要な知財を取得し、然るべきタイミングで開放する。そのように目的を明確にすることで、余計な交渉に巻き込まれずに済み、将来的にいろんな人に使っていただく可能性を整えておける。そういう観点での知財活用を考えています。

インタビュー記事の全文はこちら

I-OPENER'S STORY #04
www.i-open.go.jp/story/04/



有識者 の ことば



デザインとは、
事業の道具ではなく
社会への“やさしさ”
のまなざしである

石川 俊祐
KESIKI INC.
Partner, Design Innovation



自らの手で
健やかな暮らしを
生み出す力が
未来を作る

市川 文子
株式会社 リ・パブリック
共同代表



複雑にみえる課題も
一つずつ丁寧に
ほぐしていくことで
必ずほどこけていく。

加藤 百合子
株式会社 エム・スクエアラボ
代表取締役



社会をより良く変える
共創は大きな取り組み
だけではなく、沢山の
小さな改革の連続に
よって実行される

齋藤 精一
パノラマティクス
主宰



知財と法務の戦略的な
融合により中小企業の
経営をデザインし、
そこに価値と競争力を！

鮫島 正洋
弁護士法人 内田・鮫島法律事務所
代表パートナー弁護士



誰もが革新を起こせる
時代。メモ帳にある
妄想も、知財として
発信すれば共感者と
共に世界を変えられる。

出村 光世
株式会社 知財図鑑 /
株式会社 コネル 代表取締役



共感を呼び起こす
ような新しい体験を
生み出すことが
求められている

長谷川 豊
ソニーデザインコンサルティング株式会社
代表取締役



ポジティブに考え
動き続ければ
きっと正解は
近づいてくる！

初瀬 勇輔
株式会社 ユニバーサルスタイル 代表取締役 /
障がい者雇用コンサルティング



人や社会、そして
地球が求める未来を
創っていくのが
自分の仕事

山井 梨沙
株式会社 スノーピーク
代表取締役社長

I-OPENER'S VOICE

メンタリング参加者の想い

希少疾患と闘う患者家族の負担を減らす
ニッチ製品開発に挑戦しています
入江 由美子



男女問わず最期まで自分らしく
美しく生き切れる社会を実現したい
大平 智祉緒 NOTICE



AIをはじめとしたデジタルテクノロジーで
廃棄ゼロのサステナブルなファッションを実現したい
川崎 和也 Synflux 株式会社 代表取締役社長



デザインが持つ美と共感の力で、
様々な社会課題や地域課題を解決したい
小菅 隆太 特定非営利活動法人 イシュープラスデザイン 理事



お腹を空かせたこどもに飯を奢る！
そんな当たり前のことをスマートにできる
文化を作りたい
吉田田 タカシ まほうの다가しや チロル堂



音楽を通して聴覚障がい者が孤立しない
"インクルーシブな社会を実現する"
中村 俊貴 DJ TOSHIKI 一般社団法人 NEIRO 代表理事



役割を終えた屋外広告を素材化し、社会に循環さ
せるエコシステムの実現したい
守田 篤史 株式会社ペーパーパレード アートディレクター



脳のデトックスに効果のある玄米食を通じて、
人々の健康と持続可能な社会の実現に貢献したい
大塚 三紀子 株式会社実身美 代表取締役



日本の発酵技術を使ったフェアトレードで造る
チョコレートで、カカオ農家、消費者、そして
社会の三方良しのエコシステムを実現したい
山下 貴嗣 Minimal - Bean to Bar Chocolate - 代表



心と身体に寄り添ったインスタント味噌汁で
患者をウェルネスへ導きたい
柳田 頼人 株式会社メディセプト 代表取締役社長



I-OPEN
PROJECT 21
フォーラム

スタートアップ企業、非営利法人や個人事業主の方の体験談及び専門家のサ
ポーター、有識者のアドバイスから、社会課題への取り組みについて共に考え
る特許庁主催で開催された「I-OPEN PROJECT 21 フォーラム」。メンタリン
グに参加した I-OPENER の気づきや成果を元に、専門家のサポーターと有識
者の対話を通して、社会課題解決に使える知財活用の可能性を紐解きました。

アーカイブ動画



知財のTOOLS



はじめに

知的財産権は法律で次のように定められています。「特許権、実用新案権、育成者権、意匠権、著作権、商標権その他の知的財産に関して法令に定められた権利又は法律上保護される利益に係る権利をいう（知的財産基本法第2条第2項）」。中でも、特許権・実用新案権・意匠権・商標権の4つの権利は、多くの企業がビジネスをする上で関連することが多い知的財産権です。

特許権 Patent right



発明を保護する権利です。発明とは、自然法則を利用した技術的思想のうち、高度のものを言います。特許権を取得すると、その発明を独占して実施することができ、他社に模倣されるのを防ぐことができます。

商標権 Trademark right



商品やサービスに使用する商標に対して与えられる権利です。商標権の効力は、指定した商品と同一の商品・サービスや類似した商品・サービスについて同一・類似の商標に及びます。自社の商品やサービスについて商標権を取得することで、同じ商標を他社に使われるのを防ぐことができます。

意匠権 Design right



物品の特徴的なデザインに対して与えられる権利です。意匠権として保護されるのは、物品全体のデザインの他、部分的に特徴があるデザインなども保護対象になります。意匠権を取得すると、同じデザインや類似するデザインの製品を他社が販売するのを防ぐことができます。

実用新案権 Utility model right



実用新案権は、物品の形状、構造、組み合わせについての技術的アイデアを保護する権利です。特許権と異なり、高度であることを必要としません。特許権とおなじように、他社の無断実施を防ぐことができます。

特許・実用新案・意匠・商標の検索

J-PlatPat

知的財産権検索サイト



<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>

① 例：「商標」を選択し、検索窓に「アイオーブン」と入力して検索



② 例：5件がヒット(図は3件のみ)。「I-OPEN」は、特許庁長官が権利者であることがわかります。登録番号のリンクをクリックすると、登録区分など、公開情報の全内容が表示されます。

No.	登録番号 公開番号	発明名称 (特許)	商標 (商標)	特許 番号	特許 区分	出願人 権利者 名義人	出願日/ 国際公開日 (特許)	登録日	ステータス	公開情報
1	登録0420210 公開2020-15830	KDDI O pen I on o n e g r a m	アイオーブン	09 26	特許庁長官	KDDI 株式会社	2020/06/01	2021/08/16	特許権・商標権	公開情報
2	登録0420210 公開2020-15841	I-OPEN	アイオーブン	09 26	特許庁長官	特許庁長官	2020/12/24	2021/12/20	特許権・商標権・育成者権・意匠権・著作権	公開情報
3	登録0420210 公開2020-15842	I-OPEN	アイオーブン	09 26	特許庁長官	特許庁長官	2020/12/24	2021/12/20	特許権・商標権・育成者権・意匠権・著作権	公開情報

J-PlatPat は、特許・実用新案・意匠・商標の情報を無料で検索することができるデータベースです。

① 検索したい分野（特許・実用新案、意匠、商標）を選択して、Web ブラウザの検索と同様に、検索したいキーワードを検索窓に入力し、検索ボタンをクリックすれば検索できます。

② キーワードに類する検索結果が表示されます。「簡易検索」は検索を簡単にするため、機能が制限されていますので、注意が必要です。

知財について学んでみたい

はじめての方

スッキリわかる知的財産権や、出願までの概要を簡単にまとめたリンク集。



<https://www.jpo.go.jp/system/basic.html>

I-OPEN GUIDE

I-OPEN プロジェクト発
初めての知財ガイド



https://www.i-open.go.jp/about/pdf/2021_i-openguide.pdf

中小企業の方

知的財産権を事業に活かすための情報を掲載。



<https://www.jpo.go.jp/support/chusho/index.html>

知財の活用について 知りたい方

知的財産権活用事例集



<https://www.jpo.go.jp/support/example/index.html>

経営デザインシート

価値創造メカニズムをデザインして在りた
い姿に移行するためのシート



https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/index.html



知財に関して相談したい

IP BASE (特許庁)

スタートアップ企業向け知財情報サイト



<https://ipbase.go.jp/>

知財総合支援窓口

(独立行政法人工業所有権情報・研修館)
知財に関する相談全般について



<https://chizai-portal.inpit.go.jp/>

よろず支援拠点

(独立行政法人中小企業基盤整備機構)
国が設置した中小企業や NPO 法人などの経営上のあらゆる相談に無料で対応してくれます
<https://yorozu.smrj.go.jp/>



日本弁理士会

無料の知的財産相談室を常設。知的財産全般について弁理士が相談に応じます。弁理士ナビで近くの弁理士を検索できます。
<https://www.jpaa.or.jp/>



知財にかかる料金や支援施策を知りたい

知的財産権取得に 必要な料金一覧



<https://www.jpo.go.jp/system/process/tesuryo/hyou.html>

ミラサポ plus

(中小企業向け補助金・総合支援サイト)
制度を検索できる機能や、サポートが可能な支援者・支援機関の紹介や検索機能を設けています。
<https://mirasapo-plus.go.jp/>



国内での出願時に 受けられる支援一覧

(知財支援策 まるわかりガイド)



<https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu/panhu12.pdf>

海外に出願時に 受けられる支援一覧

(海外展開支援策 まるわかりガイド)



https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu/pamph16_a4.pdf

「知」が尊重され、 一人ひとりが 創造力を発揮したくなる 社会を実現する

より良い未来を拓く「知」は、
一人ひとりの「やりたい」から始まり、
その情熱こそが、真に豊かな未来へ導いてくれることを確信しています。

私たちは、「知」に寄り添い、
培ってきた実務の知見と最先端の技術を融合しながら、
未来を拓く「知」が生まれ、新たな価値が生み出される知財エコシステムを、
知的財産に関わる全ての人たちと協創します。

暮らしの質の向上から社会的課題の解決まで、
一人ひとりが創造力を発揮したくなる社会を実現するため、
イノベーションを促進することに
私たちは、全力で取り組みます。



特許庁
JAPAN PATENT OFFICE

I-OPEN COMMUNITY GUIDE

2022年3月発行
発行元：特許庁 I-OPEN プロジェクト

編集・制作
ソニーグループ株式会社 クリエイティブセンター /
ソニーデザインコンサルティング株式会社

印刷
エイト印刷株式会社

Printed in Japan
本誌掲載の写真、記事の無断転用を禁じます。
Copyright©2022 I-OPEN PROJECT All rights reserved.

I-OPENER

太田 泰造 (錦城護謨株式会社 代表取締役社長)
十河 哲朗 (FRD ジャパン株式会社 取締役 COO)
前田 瑤介 (WOTA 株式会社 代表取締役 CEO)
秦 裕貴 (AGRIST 株式会社 取締役・最高技術責任者)
入江 由美子
中村 俊貴 DJ TOSHIKI (一般社団法人 NEIRO 代表理事)
大塚 三紀子 (株式会社実身美 代表取締役)
守田 篤史 (株式会社ペーパーバレード アートディレクター)
大平 智祉緒 (NOTICE)
柳田 頼人 (株式会社メディセプト 代表取締役社長)
川崎 和也 (Synflux 株式会社 代表取締役社長)
山下 貴嗣 (Minimal - Bean to Bar Chocolate - 代表)
小菅 隆太 (特定非営利活動法人イシュープラスデザイン 理事)
吉田 田カシ (まほうの다가しや チロル堂)

SUPPORTER

西村 公芳 (ジーベック国際特許事務所 所長 / 弁護士・弁理士)
志水 新 (特定非営利活動法人 Policy Garage 理事 / デザイナー)
西ヶ久保 公二 (TMI 総合法律事務所 / 弁理士)
田中 美帆 (株式会社 cocoroé 代表取締役)
岩井 智子 (特許業務法人三枝国際特許事務所 副所長 / 弁理士)
菅 万希子 (国際ファッション専門職大学 教授)
押谷 昌宗 (特許業務法人 IPX 代表弁理士 CEO)
九法 崇雄 (KESIKI Inc. Partner)
廣岡 寿人 (プライムワークス国際特許事務所 / 弁理士)
荒井 亮 (株式会社知財図鑑 代表取締役 COO)
安高 史朗 (IPTech 特許業務法人 代表 / 弁理士・公認会計士)
澤田 智洋 (一般社団法人世界ゆるスポーツ協会 代表理事 / コピーライター)
鈴木 健治 (特許事務所ケイバリュエーション 代表 / 弁理士・経営コンサルタント)
田房 夏波 (サービスデザイナー)
梶井 啓順 (弁護士法人 内田・鮫島法律事務所 / 弁護士・弁理士)
白坂 一 (株式会社 AI Samurai 代表取締役社長 / 弁理士)
加島 広基 (日本橋知的財産総合事務所 代表 / 弁理士)
森尾 俊昭 (株式会社電通 チーフプロデューサー)
市橋 景子 (弁護士法人内田・鮫島法律事務所 / 弁理士)
西村 勇也 (特定非営利活動法人ミラック 代表理事)

有識者

石川 俊祐 (KESIKI Inc. Partner, Design Innovation)
市川 文子 (株式会社 リ・パブリック 共同代表)
加藤 百合子 (株式会社 エム・スクエアラボ 代表取締役)
齋藤 精一 (パノラマティクス 主宰)
鮫島 正洋 (弁護士法人 内田・鮫島法律事務所 代表パートナー 弁理士)
出村 光世 (株式会社 知財図鑑、株式会社 コネル 代表取締役)
長谷川 豊 (ソニーデザインコンサルティング株式会社 代表取締役)
初瀬 勇輔 (株式会社 ユニバーサルスタイル 代表取締役、障がい者雇用コンサルティング)
山井 梨沙 (株式会社 スノーピーク 代表取締役社長)