

第2回 地域価値WG 事務局説明資料

2020年2月12日

内閣府 知的財産戦略推進事務局

アウター (海外・他地域)

⑨ どのように分析?

例: データ
検索
顧客の
ニーズ
の分析

潜在顧客、顧客、ファン

⑦ 地域資源を
どう活用?

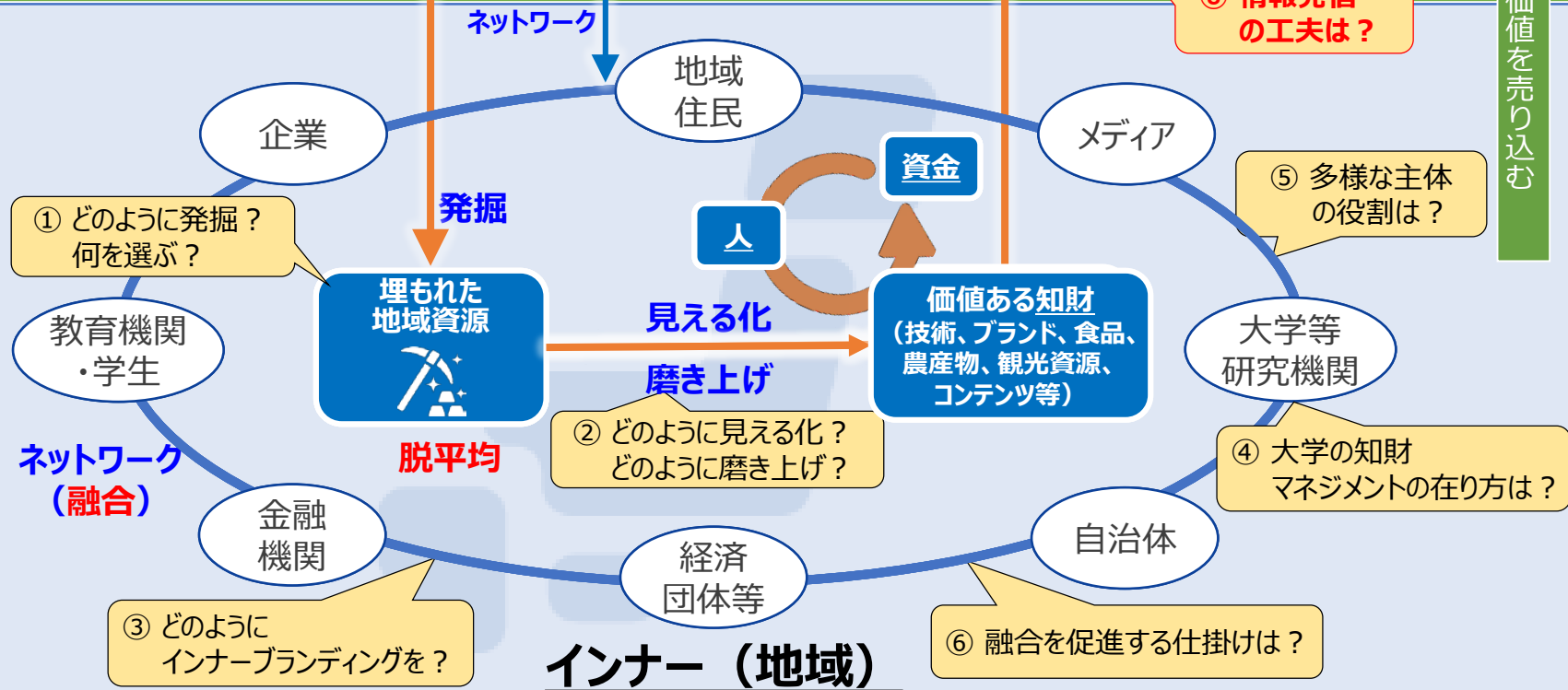


価値提供
戦略的な
情報発信
(共感)
認知度・
売上UP

⑧ 情報発信
の工夫は?

アウターからの視点を取り入れる

アウターへ価値を売り込む



① どのように発掘?
何を選ぶ?

教育機関
・学生

ネットワーク
(融合)

金融
機関

③ どのように
インナーブランディングを?

企業

地域
住民

メディア

大学等
研究機関

④ 大学の知財
マネジメントの在り方は?

自治体

経済
団体等

⑥ 融合を促進する仕掛けは?

インナー (地域)

地域知財エコシステムにおけるベストプラクティスを取りまとめる。
また、地域知財エコシステムの活性化に向けた、政府の取組を提言。

① 埋もれた地域資源としてどのように**発掘**し、**何を選ぶ**か。

② 地域資源を、どのように**見える化**や**磨き上げ**を行うか。

③ どのように地域内での**インナーブランディング**を進めるか。

議題1

④ 地域の知の拠点である**大学の知財マネジメント**に課題はないか。

⑤ 地域の各主体に求められる**役割**は何か。

議題2 人材の視点から

⑥ 地域における複数の**主体の融合**をどのように促進するか。

⑦ **アウター**に対してどのように地域資源を活用するか。

⑧ **アウター**に対してどのように情報発信を行うか。

議題1

⑨ **アウター（顧客）ニーズ**をどのように把握し、活用するか。

地域知財エコシステムの構築に向けた 経営デザインシートの活用

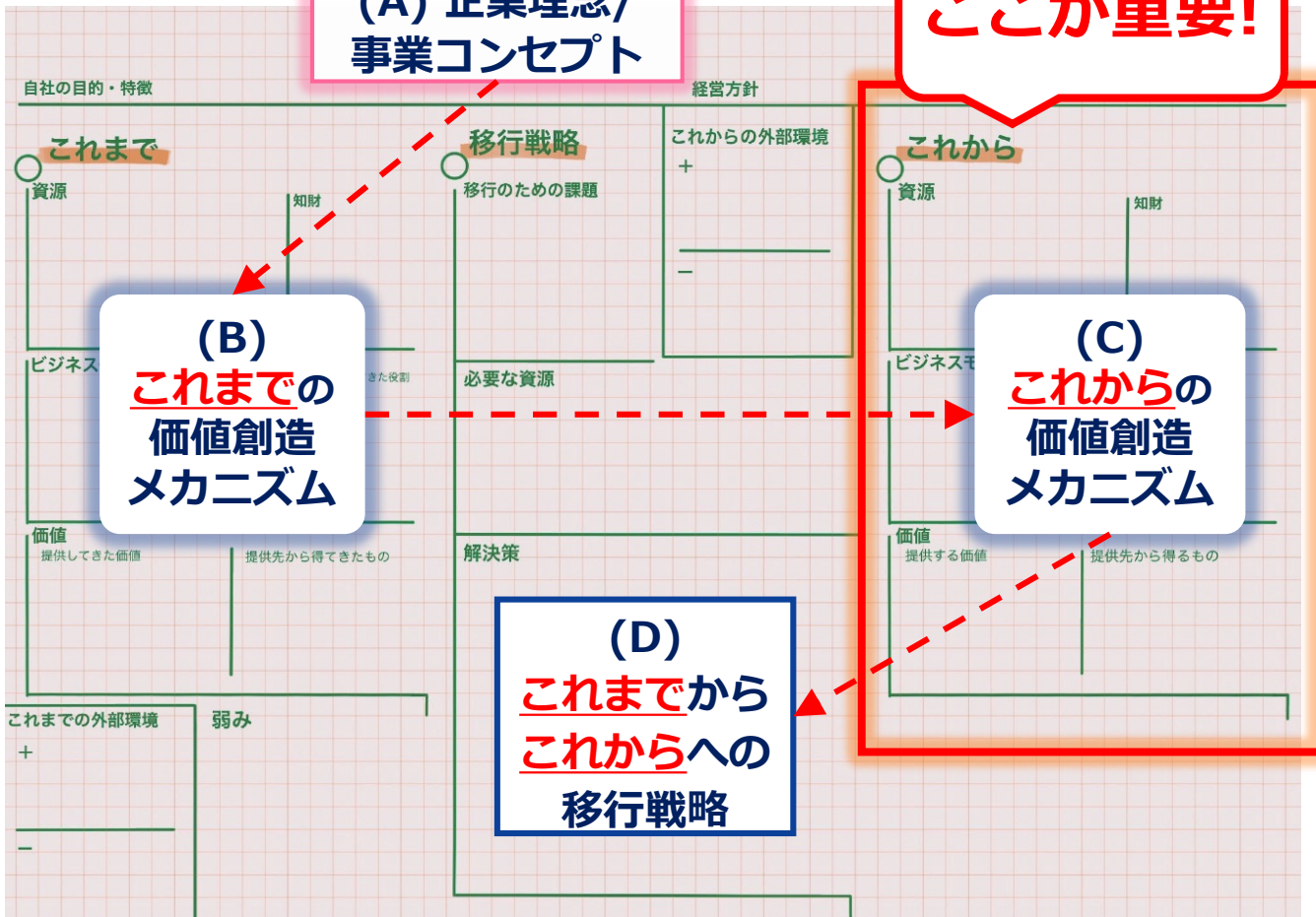
自社や事業の (A)存在意義を意識した上で、
 (B) 「これまで」を把握し、
 (C) 長期的な視点で「これから」の在りたい姿を構想。
 そして、(D) それに向けて今から何をすべきか戦略を策定する。



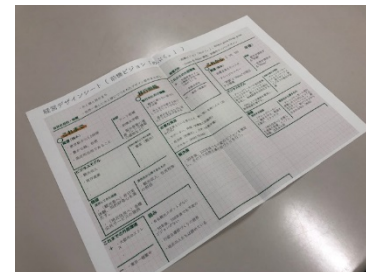
この流れで記入

(A) 企業理念/
事業コンセプト

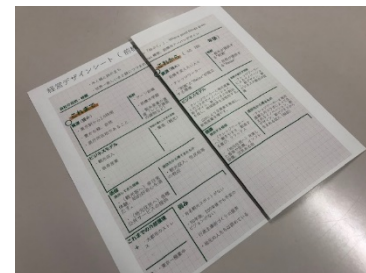
ここが重要!



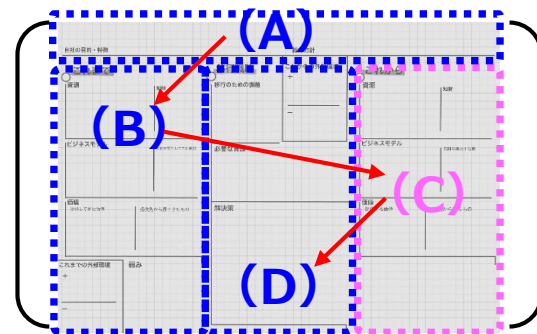
見開きで全体を把握



折りたたんで
これまでとこれからを比較



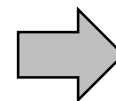
✗ これまでの延長線で考えるのではなく、



(B) これまで



(D) 移行戦略



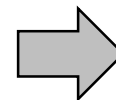
(C) これから

○ 未来からバックキャストして考える

(C) これから



(B) これまで



(D) 移行戦略

(A) 存在意義

ありたい姿
(未来)

存在意義 理念・コンセプト

前橋ビジョン「めぶく。」、Where good things grow.
Green & Relax 構想、前橋市アーバンデザイン

自社の目的・特徴

- ・水と緑と詩のまち
- ・世界一美しい水と緑につつまれたデザイン

これまで

資源（強み）

- ・東京駅から1.5時間
- ・豊かな自然環境
- ・県庁所在地

知財

- ・アート前橋
- ・博物館
- ・美術館
- ・歴史的建造物
- ・伝統的工芸品

これまで
観光事業、既存
産業による収入

ビジネス

- ・観光収入
- ・既存産業

役割

- ・集客（観光）
- ・観光振興
- ・まちづくり
- ・防災
- ・子育て支援

価値

提供してきた価値

- ・（観光客へ）非日常体験、知的好奇心を満たす。
- ・（地元住民へ）各種公共サービスの提供

提供先から得てきたもの

- ・観光収入、住民税等の税金

移行戦略

移行のための課題

- ・観光に頼らない街づくりが必要
- ・みんなが共感する街づくりのビジョンがない
- ・市長が変わるたびに街づくりの方針が変わる

必要な資源

- ・街を変えたいと思う人々、熱い思いを持つ人々（田中仁氏）
- ・サポート
- ・自治体
- ・アウターカンパニー

移行戦略
（成功の秘訣）

？

解決策

50年間のビジョンを策定し、その下で民間主導の街づくりを行う。

これからの外部環境

- ＋ 知識産業オフィス機能が郊外へ移り始めている
- － 多拠点居住
- － 東京一極集中

これから（50、100年後）

資源

- ・前橋市
- ・前橋市
- ・ワーキング
- ・環境

これから
ナレッジワーカー
×
既存産業
↓
イノベーション

ビジネス

- ・オランダのシオンスの劇団を促し、地場経済を活性化させる。
- ・GIAにより企業家、新規産業を増やす。

価値

提供する価値

- ・（ナレッジワーカーへ）働きやすさ、やりがい、創造する喜び、リラックス
- ・（地元住民へ）充実した教育や医療、インフラ設備、人口増加、活気ある街の雰囲気

提供先から得るもの

- ・ナレッジワーカーと地元産業とのコラボによって生まれるイノベーション、新デザイン、新ビジネスから生まれる収入（税金）

これまでの外部環境

- ＋ 大都市のストレス
- － 東京一極集中

弱み

- ・有名観光スポットがない
- ・行政主導街づくりの限界
- ・前橋市人口減少
- ・厳しい地方財政
- ・地元の人たちは諦めている

知財創造教育を通じた 地域資源の活用

知財創造教育

新しい 創造 をする
(「いいな」を思い描き実現する)

創造されたものを 尊重 する
(他人との違いを認め尊重する)

楽しみながら
育む

社会を
豊かに

1

AIに代表される技術革新

2

モノ以外の豊かさによる価値の創出

3

価値観が多様化し社会が複雑化

4

ビジネスモデルが競争力の源泉に

時代背景

人間にしかできない発想をする力

共感や体験を伝えたり提供したりする力

複数の解を求めたり認めたりする力

価値創造の仕組みをデザインする力

求められる能力

中学2年生：総合的な学習の時間「6次産業体験学習『もち米プロジェクト』」

「もち米」を教材として商品開発や地域祭りでの販売体験を行うことにより、新たな価値を生み出すために創意工夫する力を育成し、相手の立場に立って考え行動することの大切さを学ぶ。



(1) 知財授業（山口大学）
アイデアや技術を**尊重することを学ぶ**

(2) 価格・販売方法の検討
(3) パッケージデザインや商品名の検討
心をつかむ**デザインや商品名を考える**



(4) パッケージ・看板の制作
消費者の立場で**考えて**、パッケージ等を完成

(5) 稲刈り（小学部）→ 袋詰め
生産者に対する感謝の気持ちを持つ



(6) 地域祭りでの販売の様子
購入（＝共感）の喜びを知る



地域の未来を担う知財マネジメント人材を育成

知財創造教育推進コンソーシアム (2017年1月設立)

共同会長

- 知的財産戦略担当大臣
- 出口利定 日本教育大学協会 会長 (東京学芸大学 学長)
- 日覺昭廣 日本経済団体連合会 知的財産委員会 委員長 (東レ株式会社 社長)

推進委員会

検討の方向性の指示

検討委員会

検討結果の報告

支援 (教材の提供など)

地域コンソーシアム 【学校と地域社会が連携・協働し地域主体となって知財創造教育を推進】

小中高校 (高専)

実証授業の実施、
フィードバック

大学

教員養成、教材作成

産業界

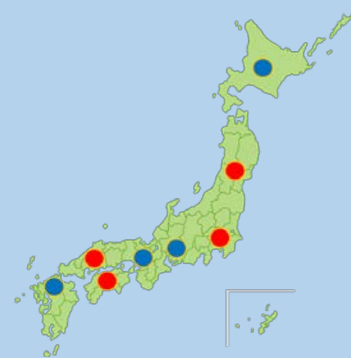
地元企業との連携、
CSR活動

各種団体

課外活動の場、
出前授業

官公庁

教育委員会、
産業振興部署との連携



北海道、中部、近畿、九州 (2017年度～)
東北、関東、中国、四国 (2018年度～)