JIPA ビジネス知財シンポジウム 2019

「脱平均」時代の共創イノベーション戦略とは

PROGRAM タイムテーブル

14:00～14:15　開会挨拶　久慈 直登　JIPA専務理事

14:15～14:45　**Ⅰ プロジェクト報告：ベンチャー連携において従来企業の知財部門が直面する課題**
報告者　長谷川 正憲　JIPA知財活性化PJサブリーダー（キヤノン㈱）

14:45～14:55　**講演者・パネリスト紹介**
紹介者　大水 眞己　JIPA常務理事・知財活性化PJリーダー（富士通㈱）

14:55～15:25　**Ⅱ 基調講演：『価値デザイン経営』によるベンチャーとのイノベーション**
講演者　住田 孝之氏（前・内閣府 知的財産戦略推進事務局長）

15:30～16:30　**Ⅲ パネル討議：すべての参加者に Win-Win をもたらすエコシステムを目指して**
モデレータ　大水 眞己（前出）
パネリスト　住田 孝之氏（前出）
北野 譲治氏（イーパーセル㈱）
平井 宏明氏（三井住友海上キャピタル㈱）
高江 瑞一氏（㈱日立製作所）

16:30～16:45　閉会挨拶　佐野 裕昭　JIPA副理事長（住友電気工業㈱）

～17:00　退室（東京会場は、混雑回避のため、エレベータは使わず階段にて 1 階までお降り下さい）

17:00～18:00　登壇者を囲む 意見交換会（TGビル**本館** 2 階　カンファレンスルーム202）

「価値デザイン経営」による
ベンチャーとのイノベーション

JIPAビジネス知財シンポジウム2019
『脱平均』時代の共創イノベーション戦略
資料

2019年12月2日

住田　孝之

経営をとりまくマクロの環境変化

～1980s　Domesticな資本主義⇒日本的経営

哲学・理念を重視
三方よし、自然・地域との共生、和の精神

共同体的な発想の企業認識

長期（持続）志向
長期取引関係の重視
終身雇用、年功序列賃金体系
株式持合い、固定・安定配当
基礎研究への投資

グローバル化（特に資本）
欧米会計基準の広がり

1990s～　Globalな金融資本主義⇒ROE経営

株主利益を最重視
哲学・理念よりも株主への忖度
極端な短期志向
財務資本に偏ったリターン

長期志向に基づく慣行からの脱皮
アジャイルなアライアンス
能力・成果型賃金
持ち合い解消、配当性向↑
R&Dにおける応用・実用重視

SDGs、ESG投資
統合思考の広がり

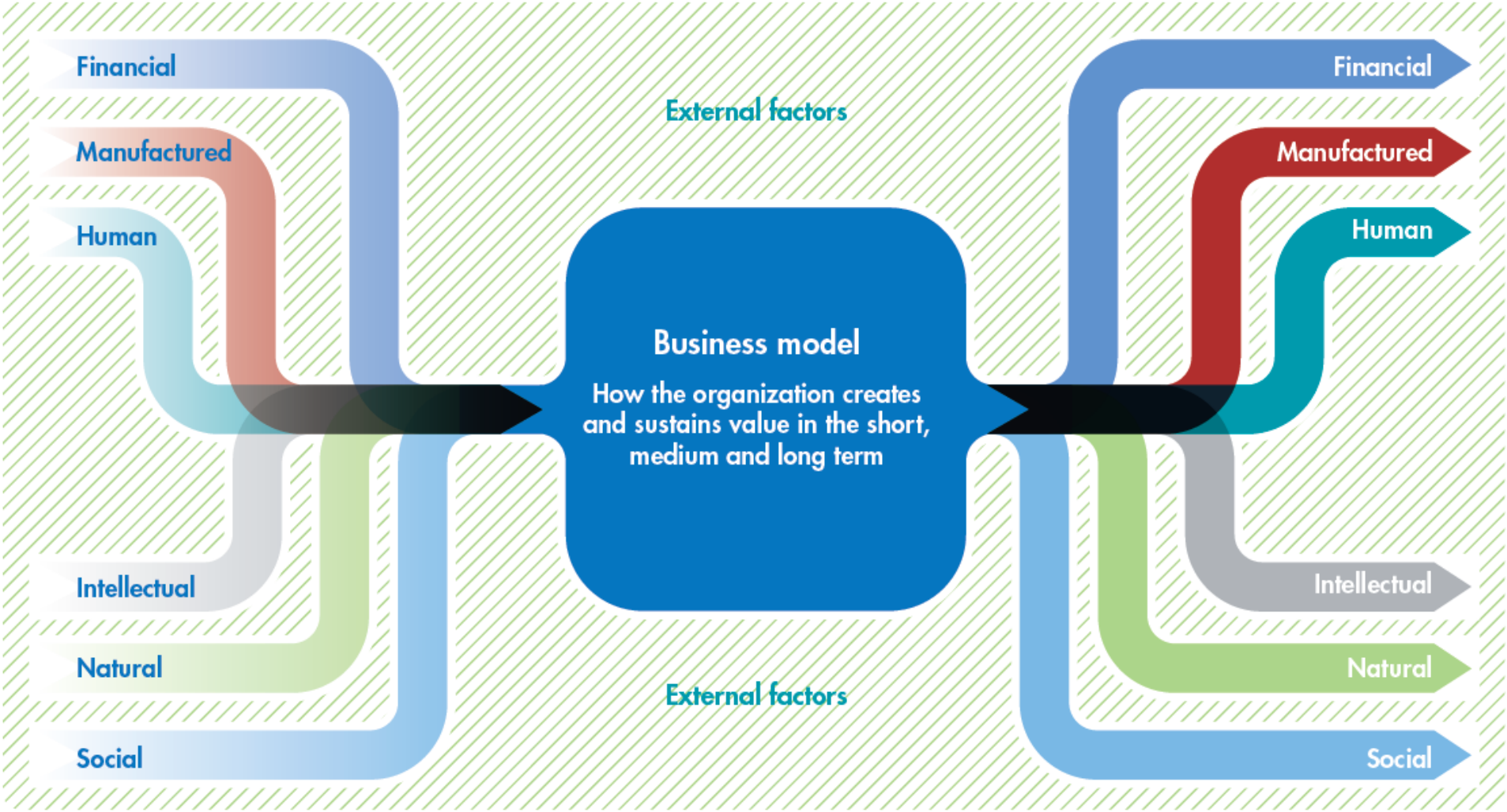
近年～　ポスト金融資本主義⇒Multi stakeholder経営

過去の利益⇒未来の価値創造
金融資本・株主重視⇒6capitals、無形資産
Output⇒Outcome⇒Impact

持続志向
CSV＝共感が価値の源泉
四半期報告の見直し、B　Corp.
EUの非財務報告指令、統合報告

統合報告枠組みにおけるﾋﾞｼﾞﾈｽﾓﾃﾞﾙと価値創造の概念図

出典：IIRC Framework (2013) より



需要サイドがイノベーションをリードする時代への変化

20世紀 ＝ D(需要)＞S(供給) の時代

S リードの リニアモデル＝ 核となる IP を押さえて

➡ 市場の獲得　維持
➡ 利益➡技術に再投資

技術 ➡ **特許** ➡ 新製品 ➡ 市場に普及 ➡ 利益
‖
イノベーションの実現

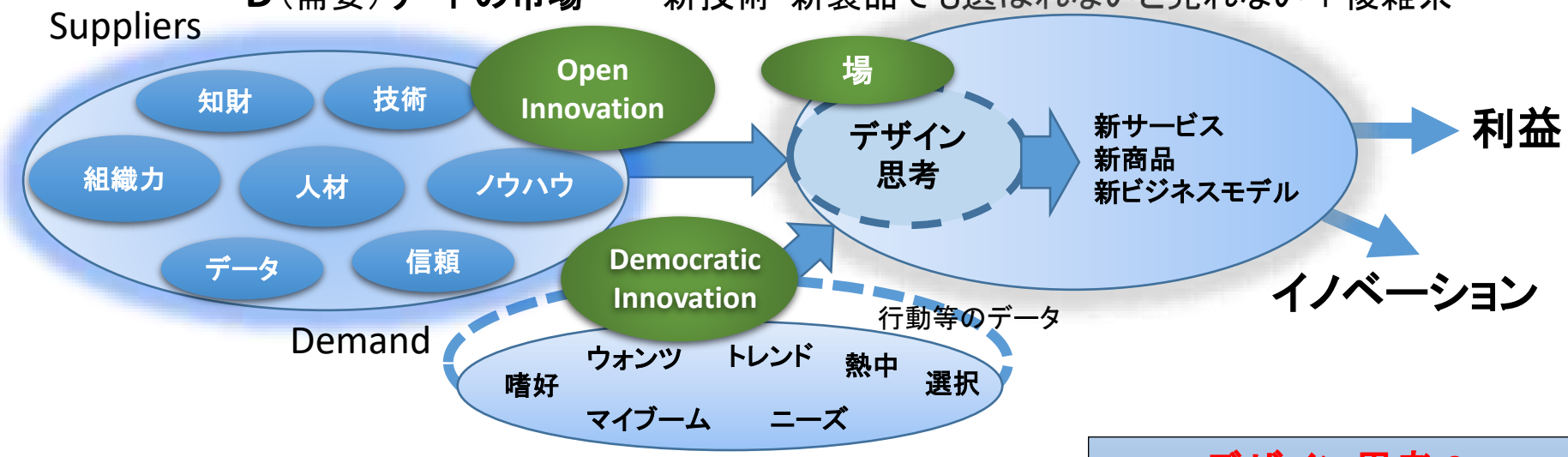
プロパテント戦略

モノ、供給サイド、技術、パイプライン中心

21世紀 ＝ D(需要)＜S(供給) の時代

サービス、需要サイド、デザイン、プラットフォーム中心

D (需要)リードの市場　＝ 新技術・新製品でも選ばれないと売れない＋複雑系



- D (需要)を理解したビジネスのデザイン
- 必要な資産の選択 組合せ

} がイノベーションの鍵 ➡ **デザイン思考＆プロイノベーション戦略**

需要を供給が上回る需要優位の時代

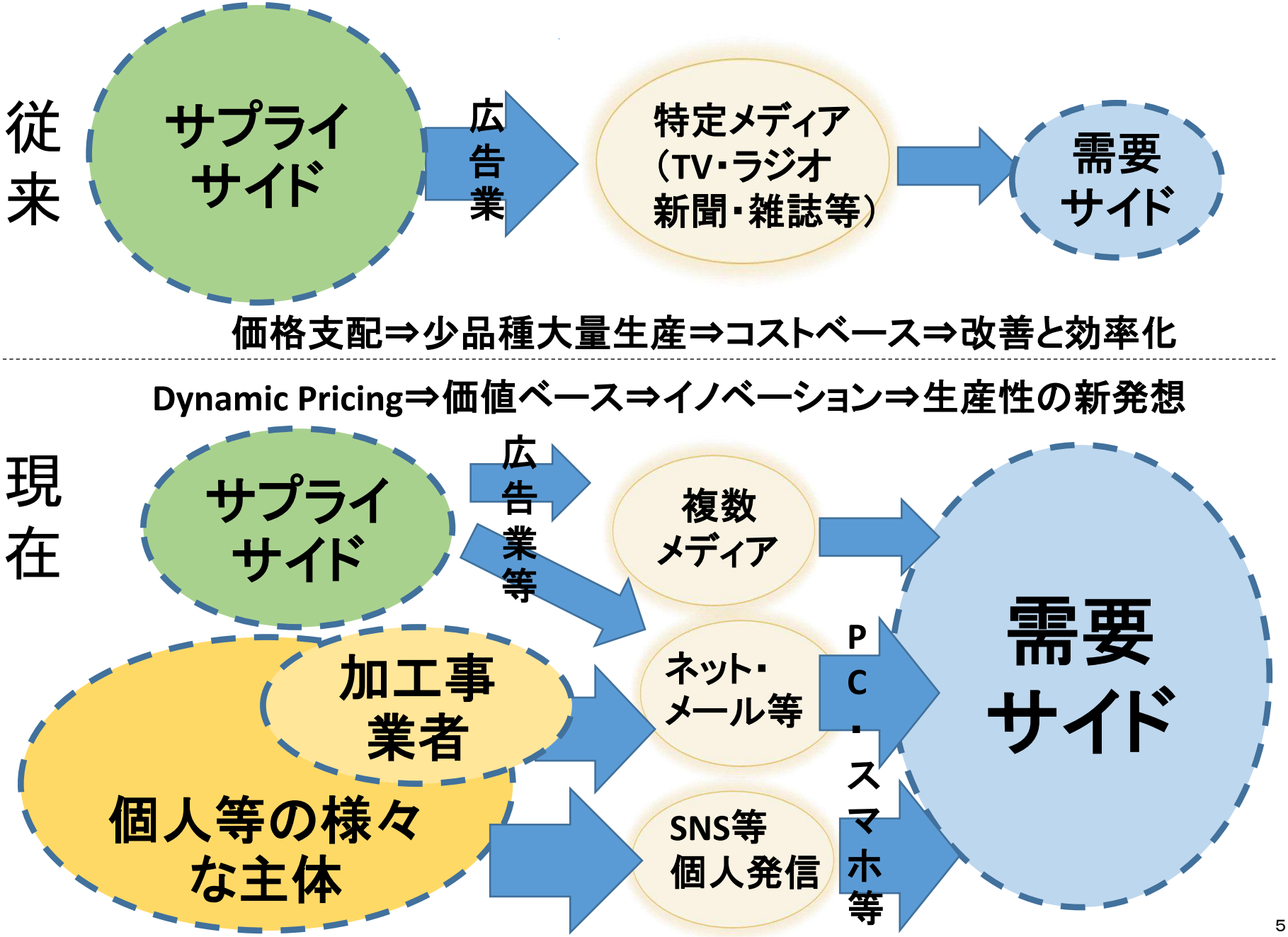
○ここ20～30年で起きた経済・社会の大きな変化は、
　1）冷戦構造の崩壊を契機として、
　2）世界中の国が資本主義の担い手となり、
　3）軍事的競争なしに、経済的競争に世界の資源が向けられ、
　その結果、
　4）供給能力が需要能力を大幅に上回る状況が生じた

　ことにある。

○そうした状況下では、
　1）供給サイドが主導権を握ることができず、
　2）需要サイドに共感されて選ばれないと、新しくても売れない。
　したがって、価値創造もできず、イノベーションも起こせない。

○言い換えれば、需要者、生活者側の多様なニーズやウォンツが
経済もイノベーションもリードする時代となっている。

情報・データの変化がその流れを加速



どんな未来にしたいのか？（知的財産戦略ビジョン）

出典：知的財産戦略ビジョンP2図1を一部修正

現在 → 2025 → ターゲット未来 → 2030

1. 将来につながる現在の環境変化や兆候

・供給サイド経済から需要サイド経済へ
・技術進展（IoT、ビッグデータ、人工知能など）
・情報発信やモノ・コンテンツづくりの主体の広がり
・シェアリングエコノミー、「コト消費」や「共感」（いいね！）
・少子高齢化、人生100年時代
…など

2. 予測される将来の社会像

・AI・デジタルの進展→「リアル」の価値向上
・生き方・働き方の多様性・選択肢の拡大
・会社など組織への所属の柔軟化
・幸せの多様化、新しい価値感（シェア、貢献）
…など

3. 将来における「価値」とそれを生む「仕組み」

個の多様性
イノベーション
「価値」
リアル
社会の多様性

「仕組み」

○多様な個性を生みだす仕組み
○多様な個人が活躍する環境整備
○知識のプラットフォーム化
○多様な価値を内包する社会システム

4. 日本の特徴

・バランス感覚（例：三方よし）
・先端技術の社会受容
・新たなものを受け入れての編集能力

・均質性（抜本的な見直しが必要）
…など

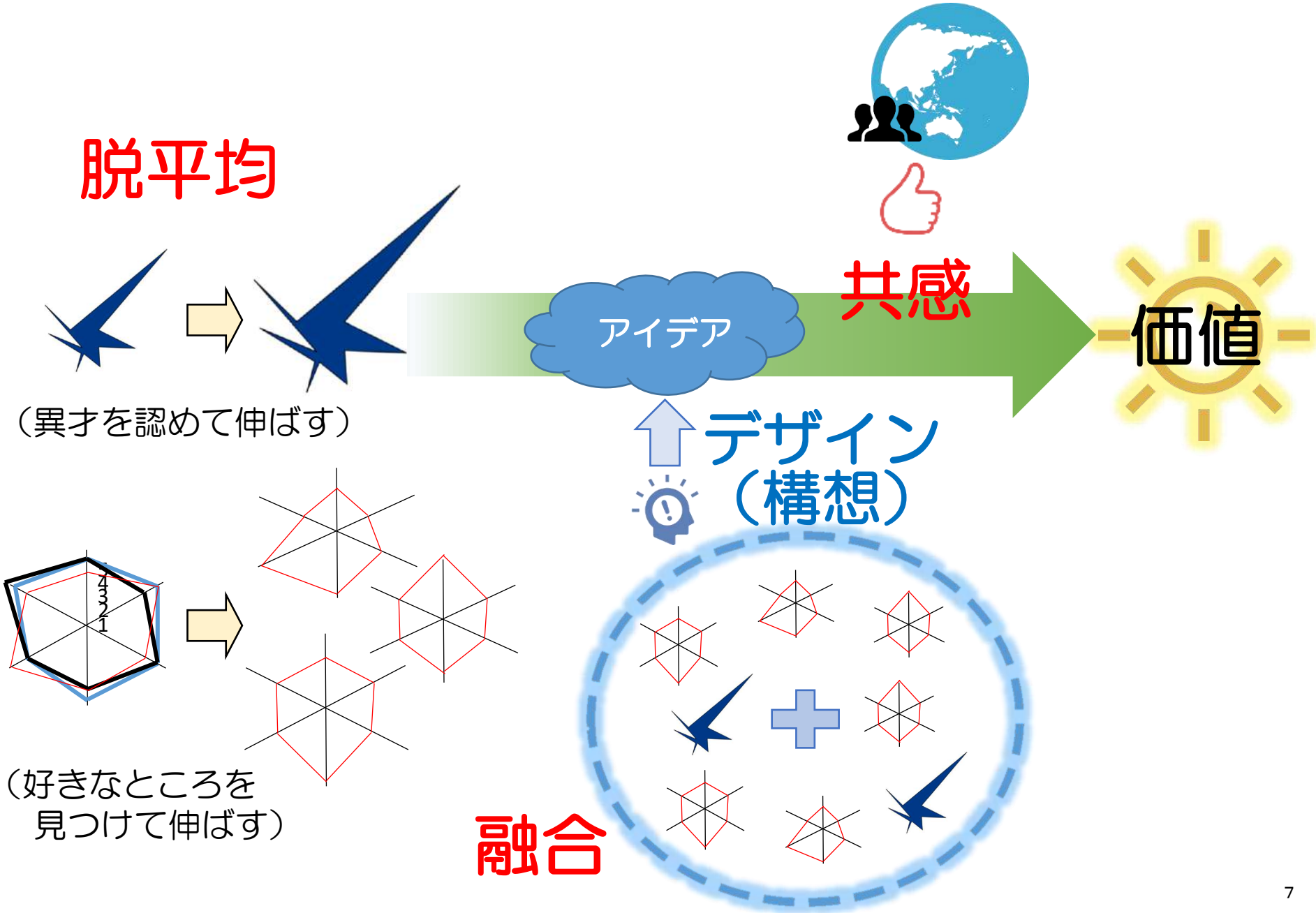
5. 将来の「仕組み」に向けた検討課題

目指すべき社会の姿

＝「価値デザイン社会」

価値デザイン社会のイメージ

出典；知的財産推進計画２０１９の概要　https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku20190621_gaiyou.pdf



価値デザインとSDGsとポスト金融資本主義

・需要者の求めるものは、個別的であり、複雑でもある。

・それらの根源にある一定の共通的なウォンツに応える、すなわち一定程度の共感を得ることが、価値を生み、イノベーションをもたらす。（例えば「暮らし」視点を取り入れたGAFA）

・事業者や個人にとっては、新しいアイディアを次々と構想（デザイン）して、それに一定程度の共感を得ることが不可欠。

・その際、需要者の中には、短期的な満足だけでなく、持続性、社会性を重視する者が特に近年増加してきている点も注目すべき変化。
　→特にSDGsを重視する世界の流れ

・供給者主導で、短期の利益を追い求めた金融資本主義の前提は、大きく変化。持続性のある活動や投資をしないと需要者から敬遠され、短期的な利益にも影響が及ぶ状況が出現。
　→資本主義自体もポスト金融資本主義へ

新しい未来社会における日本のAdvantage

○もともと日本企業は、短期の拝金主義より継続、和。

・「社是」や「社訓」を大事にして、長い間ビジネスを継続する。

・社会、相手も考える「三方よし」＋自然との共生＋和の精神

○何故それが可能なのか、可能だったのか？

・蓄積された強み（非財務中心）、経営者の大局観、Discipline

・企業のそうした活動を評価し、受け容れ、共存する社会の存在

○SDGsを重視したポスト金融資本主義は大チャンス

・SDGsは、「三方よし」、和の精神、自然との共生そのもの

・投資家の世界でも、非財務を含む「統合報告」が徐々に浸透

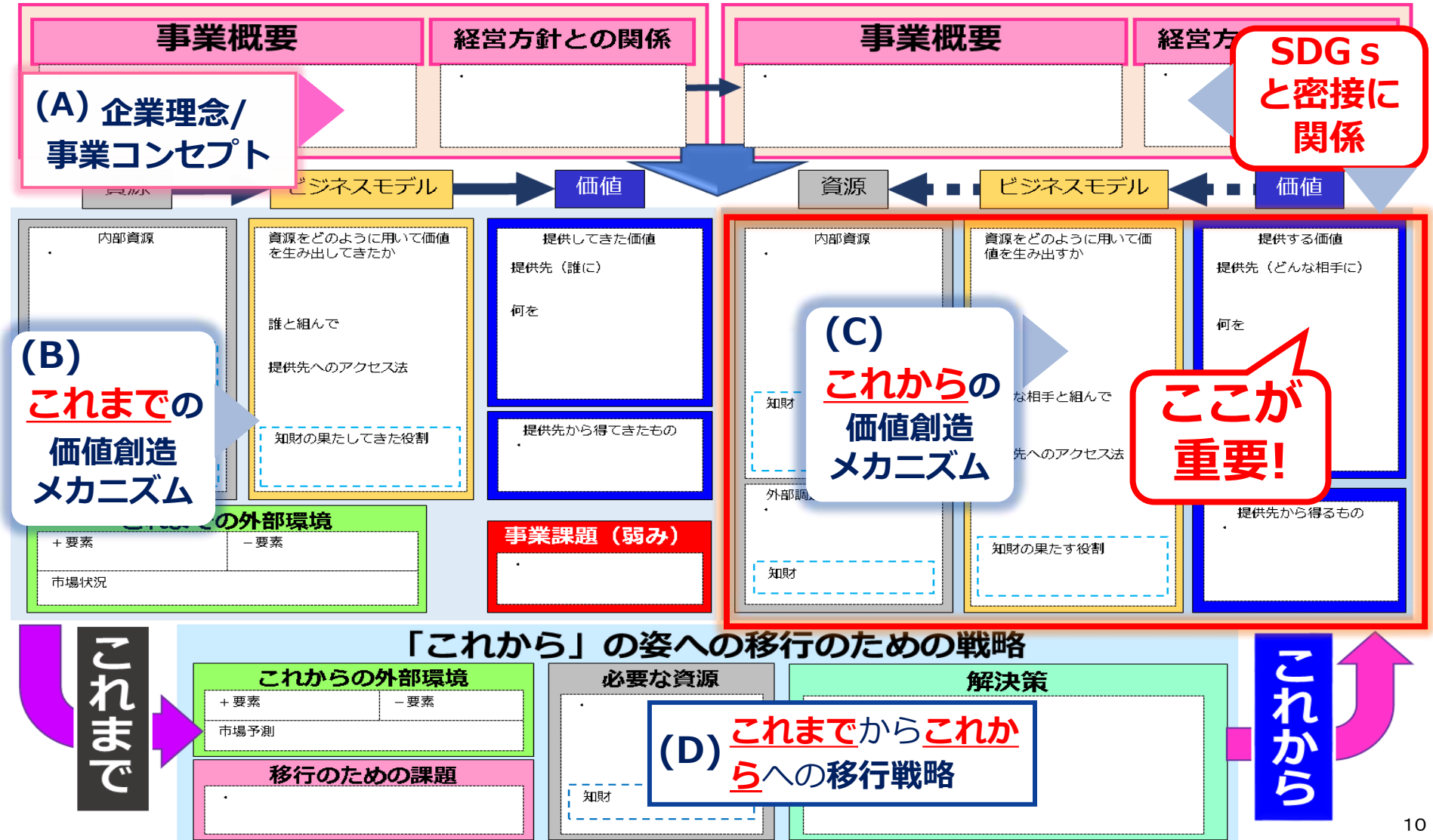
・リスク対応ではなく、社是や社訓から素直にビジネスを構想（デザイン）し、発信し、共感を得て、価値に

企業が価値をデザインするツール～経営デザインシート

経営デザインシート

2018年5月、知的財産戦略本部　検証・評価・企画委員会　知財のビジネス価値評価検討タスクフォース報告書
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/torimatome/houkokusho.pdf　参照

自社や事業の**(A) 存在意義を意識**し、**(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**する。**(D)** それに向けた**戦略を策定**する。ためのツール。



経営デザインシートの簡略版（例）

将来構想のキャッチフレーズ

これまで
どうだった？

資源

ビジネス
モデル群

提供価値

課題

20××年には
こうしたい！

資源

ビジネス
モデル群

提供価値

外部環境

20××年に向けていまからどうするか

経営デザインシート（全社用）

全社用：各事業間の関係・シナジー等、全社的視点で事業のポートフォリオを把握・デザイン

自社の目的・特徴

企業理念、重視する価値観・ありたい姿、自社が解決しようとする社会的課題、企業文化・企業風土、キャッチフレーズ等を記載

経営方針

企業理念等の実現のための経営戦略の方向性・基本行動指針、全社目標、ＫＰＩ等を記載

資源

内部資源
経営における重要資源を記載
（例）○○に訴求するデザインが得意なデザイナー、精度の高い加工が可能な生産設備、販売ネットワーク
自社の強み

知財
（例）○○技術の特許・ノウハウ、△△商標（ブランド）

外部調達資源（誰から）
・

知財

ビジネスモデル

事業ポートフォリオ
各事業の役割・相互関係等

（例）○○事業を主軸としつつ、△△事業に参入、××事業は安定、××事業で得る◇◇は○○事業のコア資源

自社の強み

知財の果たしてきた役割
（例）他社との連携の促進、競争優位性の確保

価値

提供してきた価値
自社が企業活動を通じて社会や顧客に提供してきた価値を記載
（例）安心・安全、便利で快適な暮らし

提供先から得てきたもの
自社が企業活動を通じて社会や顧客から得てきたものを記載
（例）社会的信用、○○のデータ

これまでの外部環境

＋要素　－要素

自社を取り巻く環境のうち、事業ポートフォリオ等に影響を与えるものだが自社の力では変えるのが困難な事柄を記載（政治、経済、社会、技術等）

全社課題（弱み）

全社視点で捉えた現在の課題を記載　（例）○○事業の市場が縮小傾向、○○の技術が弱い、事業承継の問題がある

資源

内部資源
・

知財

外部調達資源（誰から）
・

知財

ビジネスモデル

事業ポートフォリオ
各事業の役割・相互関係等

自社の強み

知財の果たす役割

価値

提供する価値
・

提供先から得るもの
・

左側（これまで）との違いを意識して記載

「これから」の姿への移行のための戦略

これまで

これからの外部環境

＋要素　－要素

将来の環境変化を予測して記載

移行のための課題

これからの姿に移行するにあたって生じる課題を記載

必要な資源

これからの姿を実現するために必要となる資源について記載

知財

解決策

・これからの姿を実現するために必要となる資源をどのように調達するかを記載　（例）自社で開発する、○○社と連携する、Ｍ＆Ａで買収する

・どのようにこれからの姿に移行させるかの具体的な手段を記載

・予測し得ない環境変化が起きることも予め想定し、会社の存続可能性を高める策も検討

これから

経営デザインシートの特徴

- １枚で全体を俯瞰できる
- 時間軸を意識できる
  「これまで」と「これから」
- 想いを記載できる
  「自社の目的・特徴」、「事業概要」、「価値」等
- 欄が限られているので、大切なことしか書けない
  大切な部分の明確化
- 「資源」と「ビジネスモデル」と「価値」の関係性を意識しやすい

経営デザインシートの詳細情報

下記のウェブサイトへ

- 首相官邸ＨＰ
  トップ ＞ 会議等一覧 ＞ 知的財産戦略本部 ＞ 経営をデザインする

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

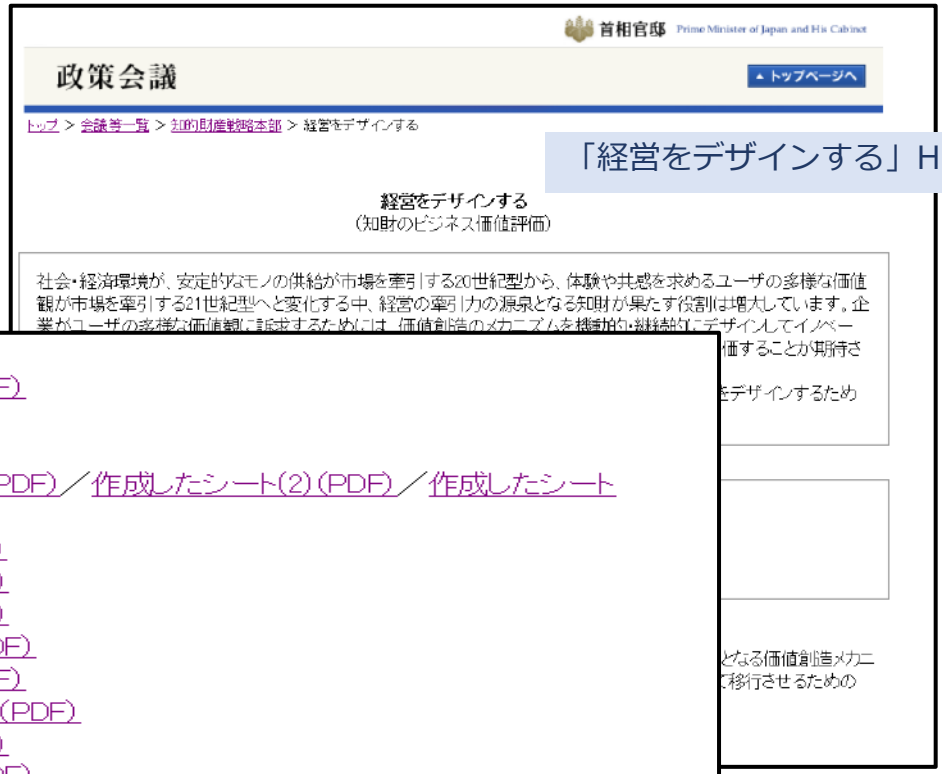
「経営デザインシート」について

― 経営をデザインする ―

- 経営デザインシートの様式
- 作成テキスト
  【入門編】
  https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/designsheet_text_01.pdf
  【応用編】
  https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/designsheet_text_02.pdf
- 経営デザインシートの活用例

経営デザインシートの作成事例（2019年４月時点で２１事例を公表）

- ●企業での活用例　１２社（１３例）
- ●企業支援者の活用例　２社
- ●アワードでの活用例　１例
- ●団体での活用例　３者＋３社



「経営をデザインする」HP

●企業における活用例
大和合金株式会社　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
株式会社エレドック沖縄　作成したシート（PDF）
キヤノン株式会社　活用例（PDF）
株式会社テクノシステム　活用例（PDF）／作成したシート(1)（PDF）／作成したシート(2)（PDF）／作成したシート(3)（PDF）／作成したシート(4)（PDF）
株式会社JINS　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
株式会社ウフル　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
株式会社コプロス　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
宝養生資材株式会社　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
川合運輸株式会社　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
株式会社システムツー・ワン　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
株式会社グーン　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）
株式会社宮本工業所　活用例（PDF）／作成したシート（PDF）

●企業支援者による活用例
きらぼし銀行／丸高工業　活用例(PDF)／作成したシート(PDF)
長野県信用組合／株式会社高松製作所／株式会社共進　活用例(PDF)／作成したシート（PDF）／作成したシート（PDF）

●アワードにおける活用例
東京ビジネスデザインアワード　活用例(PDF)

●団体による活用例
日本ケーブルテレビ連盟
　業界団体としての活用　活用例(PDF)／作成したシート(PDF)
　個社における活用　活用例(PDF)／作成したシート(PDF)
Future Center Alliance Japan　活用例(PDF)
(一社)ビジネスモデルイノベーション協会　活用例(PDF)

作成した経営デザインシート
＋・用途
・作成プロセス
・活用した効果・感想
を活用例として公表

JINSの経営デザインシートの例

（機能性アイウェアからJINS MEME）

事業概要

「外を見る」ためのアイウエア（メガネ）のSPA（企画・生産・流通・販売の一括提供）

経営方針との関係

アイウエアを通じた「Magnify Life：ライフスタイル提案」の実現

事業概要

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウエアと多様なサービスの提供

経営方針との関係

アイウエア＋体験（サービス）を通じた「Magnify Life：ライフスタイル提案」の実現

資源 → ビジネスモデル → 価値

主要な資源

- SPA（企画・生産・流通・販売の一括提供）による高い収益力
- 販売量・実績による調達コストの低減
- カスタム性の高いメガネ商品における検眼／加工等の店舗オペレーション効率化の仕組みと人員育成
- ファッション感覚でメガネを楽しめるためのデザイン力
- PR文脈等の構築能力（特にJINS SCREENなどにおける情報開発能力

収益の仕組み

- 価格やサービスの常識を覆す「レンズの追加料金¥0」のビジネスモデルを導入
- 30分で渡せるなど「メガネを買う」というわずらわしい体験を、ファッション感覚で楽しめる体験へと変革
- **視力矯正以外の「機能性アイウエア」という新市場の創出**

提供してきた価値

高効率なアイウエア提供による価値創造

- ちゃんとした視力矯正を安く早く
- ファッション性
- ブルーライト対策
- 花粉症対策
- ドライアイ対策　等

提供先から得てきたもの

業界2位の2倍以上の顧客基盤とそのリレーション

これまでの外部環境

人口減、レーシング（代替）による視力矯正市場におけるメガネシェアの縮小

事業課題（弱み）

モノ売りのみではマクロ環境変化に脆弱

資源 → ビジネスモデル → 価値

主要な資源

内部資源

- 基礎特許（知的財産）
- デザイン
- 経営判断・投資
- 新規性の高いブランド力

調達した資源

- システム
- スマホアプリ
- ソフトウェア
- HW開発機能

開発パートナー

- 東北大学（加齢医学研究所）
- 小型化部品のトップメーカー
- 各種開発会社

収益の仕組み

実用に耐えるサービス化のためのパートナリング

提供先へのアクセス

- 強力な事業パートナー企業が載ってくるためのPR活動

事業パートナー

- オフィスワーカーの生産性に課題を感じる企業
- 安全を高めたいドライバーや運送会社
- フィットネスクラブ等

提供する価値

事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供

- オフィスワーカー：自らの「集中時間」の理解
- ドライバー：各制度の変化を見て、安全運転を実現

提供先から得るもの

集中、眠気、姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

これまで

「これから」の姿への移行のための戦略

これからの外部環境

人口減、多様な視力矯正品（代替品）等による市場縮小

移行のための課題

物売り（メガネ）のみに特化した企業体（2年半に一回しか顧客タッチポイントが無い。

必要な資源

顧客タッチポイント

知財　顧客とつながるための生理データ取得・アプリUI,UXに関わる知財

解決策

・生理データを活用した具体サービスにつなげるUI,UX開発機能とその実装能力の用意
・現メガネの購買・利用シーンに違和感なく使えるHW,アプリの開発能力
→利用者を増やしていくことで、顧客タッチポイントを増やし、価値提供タイミングを増やしていく

これから

JINSの経営デザインシートの例

（JINS MEMEからThink Lab）

これまで

事業概要

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウェアと多様なサービスの提供

経営方針との関係

アイウェア＋サービスを通じた「Magnify Life」の実現

資源 → ビジネスモデル → 価値

主要な資源

内部資源
- 基礎特許（知的財産）
- デザイン
- 経営判断・投資
- 新規性の高いブランド力

調達した資源
- システム
- スマホアプリ
- ソフトウェア
- HW開発機能

開発パートナー
- 東北大学（加齢医学研究所）
- 小型化部品のトップメーカー
- 各種開発会社

収益の仕組み

実用に耐えるサービス化のためのパートナリング

提供先へのアクセス
- 強力な事業パートナー企業が載ってくるためのPR活動

事業パートナー
- オフィスワーカーの生産性に課題を感じる企業
- 安全を高めたいドライバーや運送会社
- フィットネスクラブ等

提供してきた価値

事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供

提供先から得てきたもの

集中,眠気,姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

事業課題（弱み）

あくまで「メガネを売る」ことが必要

これから

事業概要

「集中体験」を提供、より具体的な「働き方改革」の実行（もはや、メガネを使わない）

経営方針との関係

より直接的な形で「Magnify Life：ライフスタイル提案」を実現していく

資源 → ビジネスモデル → 価値

主要な資源

資源（知財）
- JINS MEMEの基本特許、製品ノウハウ、サービス
- 5,000人のデータを分析して把握した**「人が最も集中できる場」に関するデータ**

外部調達資源
- 強力な事業パートナー、ユーザー
- 学者（予防医学・行動科学）
- 建築家

収益の仕組み

自社で
- 自分の知を高める、最高の集中体験を提供する場として「Think Lab」の開設・提供

事業パートナーと
- Think Labの思想を活かし、AGC（旭硝子）・パナソニックなどで「集中」するためのオフィスをデザイン

提供する価値

オフィスワーカー
- 最高の集中体験
- 短時間で集中した働き方による労働時間削減　等

企業（提供者）
- 従業員がポテンシャルを発揮できる働き方の提供
- 残業代削減、WLBの改善　等

提供先から得るもの

集中に関するTPO紐づきの多くのデータから、さらなる改善提案の元を獲得

「これから」の姿への移行のための戦略

これからの外部環境

「働き方改革」「人生１００年時代」に対する社会的要請

移行のための課題

- 働き方の先駆者ブランド
- 不動産業界への知見

必要な資源

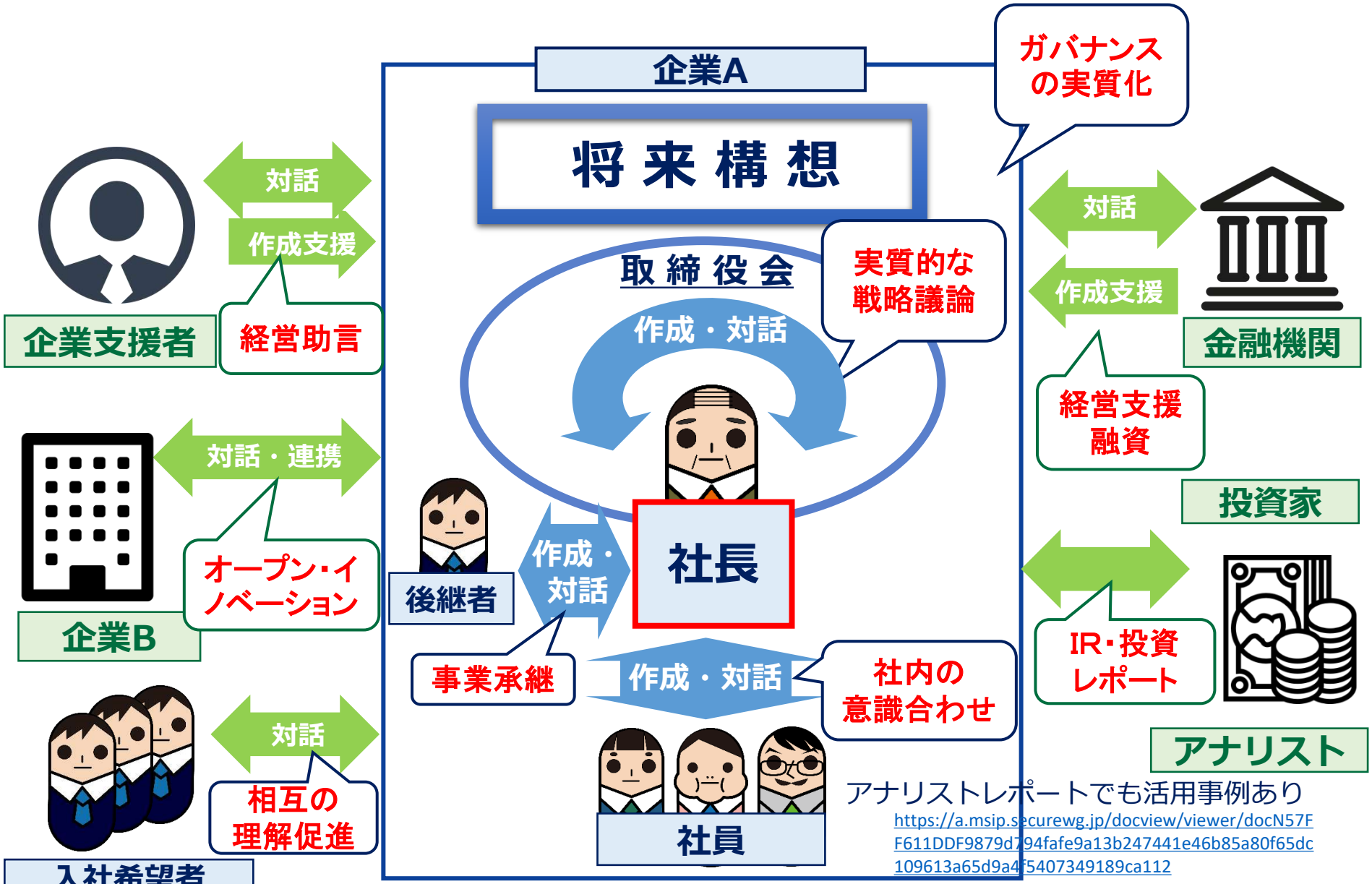
- 店舗展開スピードを担保するリソース
- 空間設計のためのデータサイエンスと感性価値のデザイン

知財＿集中を作るための分析元のデータ、ノウハウ

解決策

- 自社展開のみならず、他社オフィスに作るなど、ストックを持たずに済むモデルを開発
- 多くの先駆者っぽい企業とのコンソーシアム構築

経営デザインシートが活用される場面

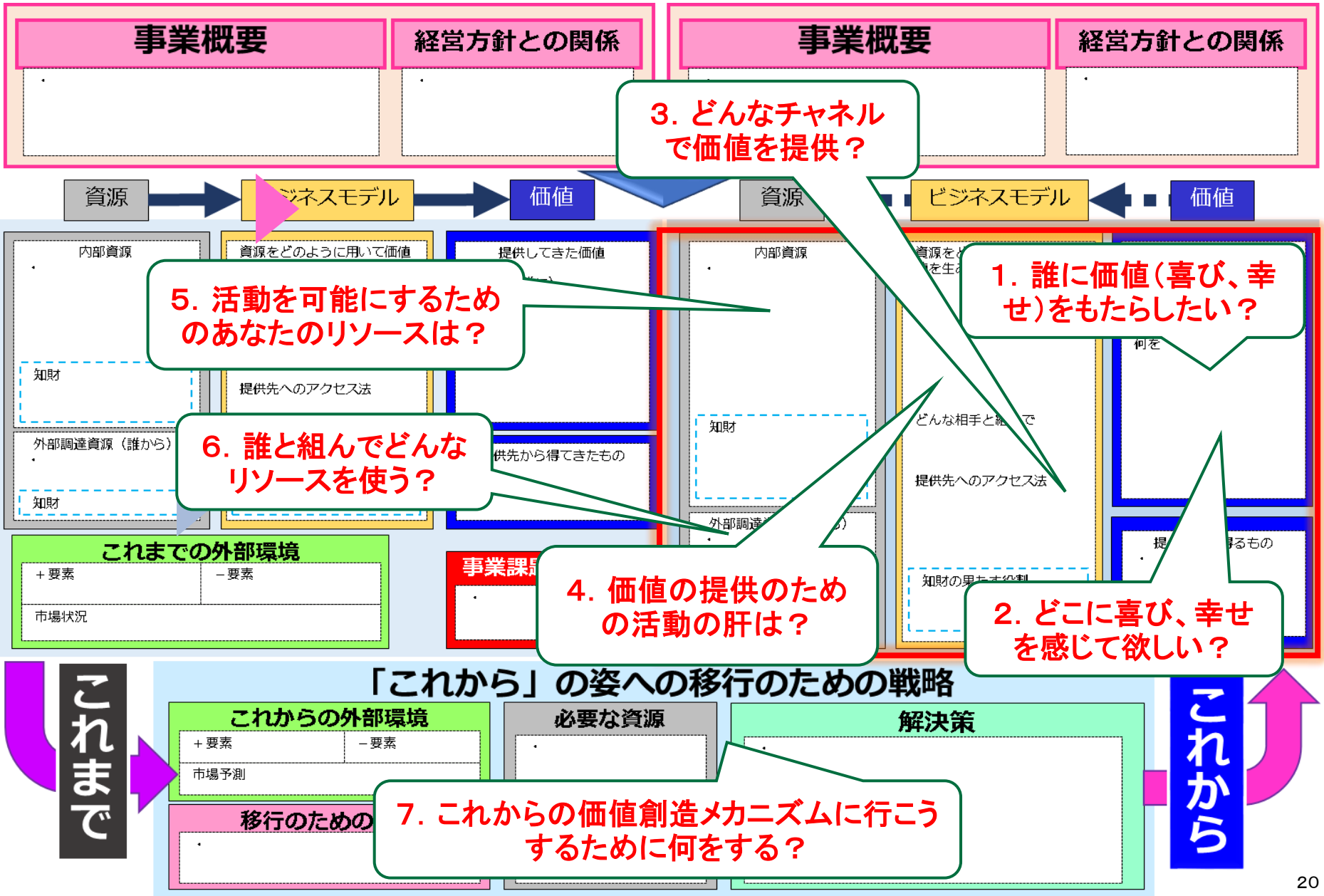


アナリストレポートでも活用事例あり
https://a.msip.securewg.jp/docview/viewer/docN57FF611DDF9879d794fafe9a13b247441e46b85a80f65dc109613a65d9a4f5407349189ca112

※大学・地方自治体でも作成可能

「経営デザイン」をスムーズにするKey Questions（前半）

「経営デザイン」をスムーズにするKey Questions（後半）



「経営デザインシート」あるある

1. 埋めてシートを完成させることが目的？

No. 経営にデザイン思考を入れ、ほんとの目的をはっきりさせて、かつ、共感を得て価値になるものを構想する経営が実現すること。すなわち、独自の価値創造ストーリーを確立すること。シートの完成より統合思考、デザイン思考を実践するツール。

2. 記入の順番は？

好きなように。Bからが書きやすい傾向。行ったり来たりすることを想定。

3. 会社の全体のことなど複雑で書けない。

日常から少し離れ、会社や事業の全体像、将来のビッグピクチャーを描く。正解があるわけではなく、思いを文字にしていく。

4. 外の人に見せることを考えると筆が鈍る。

まずは中で。お化粧ではなく本音で。正解はない。中で共有できたら外に何を出すか考える。

5. デザインって何？

目的を明確にして全体像を「構想」すること。特に経営層にはデザイン思考が必須。

6. どれくらいの未来を想定？

中期計画（３年程度）より長く。５－１０年程度以上の方が考えやすい。

7. 他のビジネスモデル作成ツールと変わらない？

シートの完成自体を目的としないこと、過去と未来の両方を描けること、スペースが限定されており、ほんとに大事なことしか書けないこと、などが特徴。

イノベーションに向く環境（第三の場所、第三の時間）

〈いつもと違う場〉

・異なる分野の人が集まる「場」

・人を集め、コミュニケーションを活性化させる「仲介者」の存在

・課題設定・言語共通化など議論を活性化させる「ノウハウ」

＋「ひらめき」＝脳の働きの活性化　を生む環境・要素

例）　音、湿度、温度、光、色、姿勢、飲み物、ストレス

〈 マインドセット 〉

・「仕事」モードでもプライベートモードでもなく、自分を開放

・ サプライヤーでなく生活者として考える

・「楽しい」と思えることをして、発想を膨らませる

〈 そのための時間 〉

・ R&D部門における15％ルールのさらなる活用・奨励
うまくいかなくても、ただでは起きない

・ 事務職にも新15％ルール；第一歩としてのプレミアムフライデー；いつもと違う環境で「楽しい」を実感する時間

3 すくみのツケまわしからの脱却

内閣府
知的財産戦略推進事務局

経営層

- 明確な意思・抱負を提示
- イノベーターの背中を押し・庇護する

個人

- 内発的動機から出発
- 夢や価値観を問いかけ続ける勇気

組織

- 挑戦と応援が増加する風土
- OIに向けた活動を尊重し評価

場

- タブー無く議論できる心理的安全性を確保

“実質的なOI”とは

内閣府
知的財産戦略推進事務局

画一的でない価値観を有する者同士が、共有された明確な大きな目的の下、互いに資源を持ち寄って、社会からの共感が得られる革新的な価値の創造・提供を通じて行う、結果として社会変革を伴う活動

	これまでのOI （隣接領域の開拓）	**実質的なOI （革新的な価値創造）**
起点	外発的動機付け	**内発的動機（ワタシ）**
目的	改善・改良・ロードマップの延長	**共有された明確で大きな夢の達成**
方法	「形」の重視	**大きな目的に向けた中身づくり**
推進力	報酬・肩書・賞賛等の外発的動機	**内発的動機と共感**
活動	資源の獲得	**資源の開放**
場	同質文化を尊重、衝突の回避	**勇気と挑戦を尊重、新奇な価値の衝突融合によるリフレーム**
経営	競争理念	**共創理念**
価値観	画一的	**多様性**

人・既存事業組織の役割/マインド・風土

内閣府
知的財産戦略推進事務局

経営層

- ● 大きな経営目的の明示
- ■ 冒険しないことがリスク 等

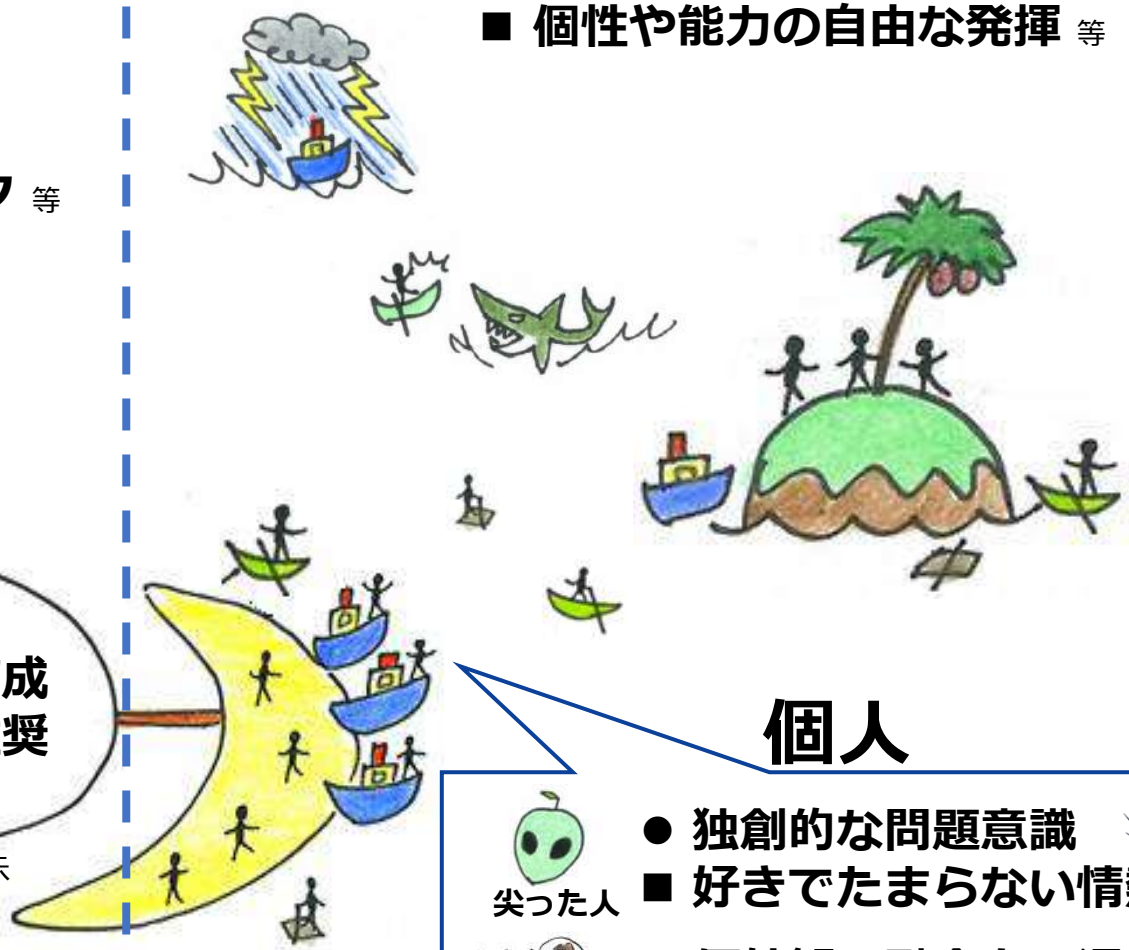
既存事業組織 ※

- ● チャレンジ人材を育成
- ■ 価値観の多様化を推奨
- ■ 挑戦を適切に評価 等

※ 人事部門と知財部門は別途提示

OIの場（出島等）

- ● 異なる価値観の交差・融合
- ■ 個性や能力の自由な発揮 等



個人

尖った人

- ● 独創的な問題意識
- ■ 好きでたまらない情熱 等

サポーター

- ● 価値観の融合を円滑化
- ■ 大きな目的への共感 等

（●役割・■マインド）

Future Center Alliance Japan

FCAJ Future Center Alliance Japan

Reserarch Institute
- AIST
- JST
- Riken

Government

Participating Cities
- Yokohama
- Kobe
- Fukuoka

Friends：
- Tokyo Marine
- Mitsubishi Real Estate
- JT

Vision Makers

Value Creator

"Ba" Producer

Accelerator

Community Designer

NPOs

Universities

Keio Univ.

Tokyo Univ.

Kyoto Kogei Seni Univ.

Overseas

2017©N.Konno, KIRO/FCAJ

Future Center の基本ルール

Future Center については http://www.futurecenteralliance-japan.org/ 参照

（構　成）・尊重しあえるメンバー＆知らない人
・コーディネータへの信頼
・新メンバーの推薦ルール
・傍観者は×、問題意識・当事者意識のある人

（進め方）・モデレータが議論を活性化
・最初に将来のビッグピクチャーをある程度共有
・討議型
・思いついたことは、ポストイットに書いて共有

（心　得）・発言は短く・わかりやすく
・他者の意見を聞く・遮らない
・できない理由ではなく、どうしたらできるかを発信
・否定的なことは言わない
・チャタムハウスルール
・組織やポストなし

スタートアップ・ベンチャーの活躍の場

（強み）

a)思いがある

b)前例にとらわれない

c)他者にはない何かを持っている

d)失敗を恐れない（試行錯誤のプロセスは失敗と考えない）

（活躍の場）

①新しい発想（既存事業にとらわれないビッグピクチャー）

②独自の新しい技術（活用できる外部リソースとして）などの強み

③アジャイルな新規事業開発（大組織には苦手）

新しいイノベーションの時代におけるベンチャーの活躍場面

20世紀 ＝ D(需要)＞S(供給) の時代

S リードの リニアモデル＝ 核となる IP を押さえて

➡ 市場の獲得　維持
➡ 利益➡技術に再投資

技術 ➡ 特許 ➡ 新製品 ➡ 市場に普及 ➡ 利益
‖
イノベーションの実現

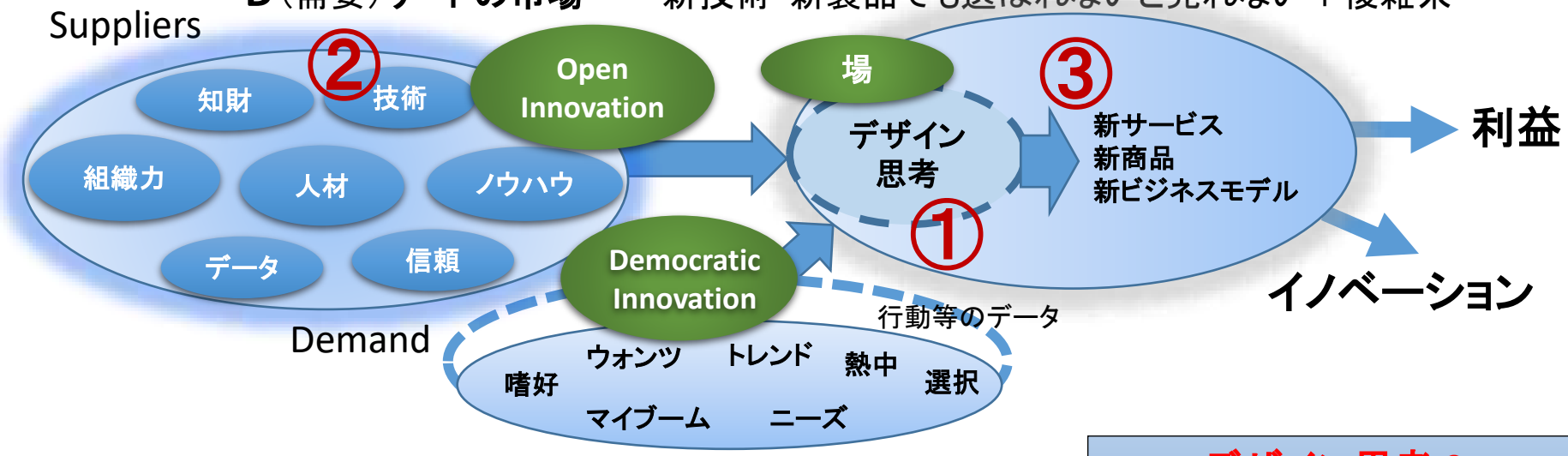
プロパテント戦略

モノ、供給サイド、技術、パイプライン中心

21世紀 ＝ D(需要)＜S(供給) の時代

サービス、需要サイド、デザイン、プラットフォーム中心

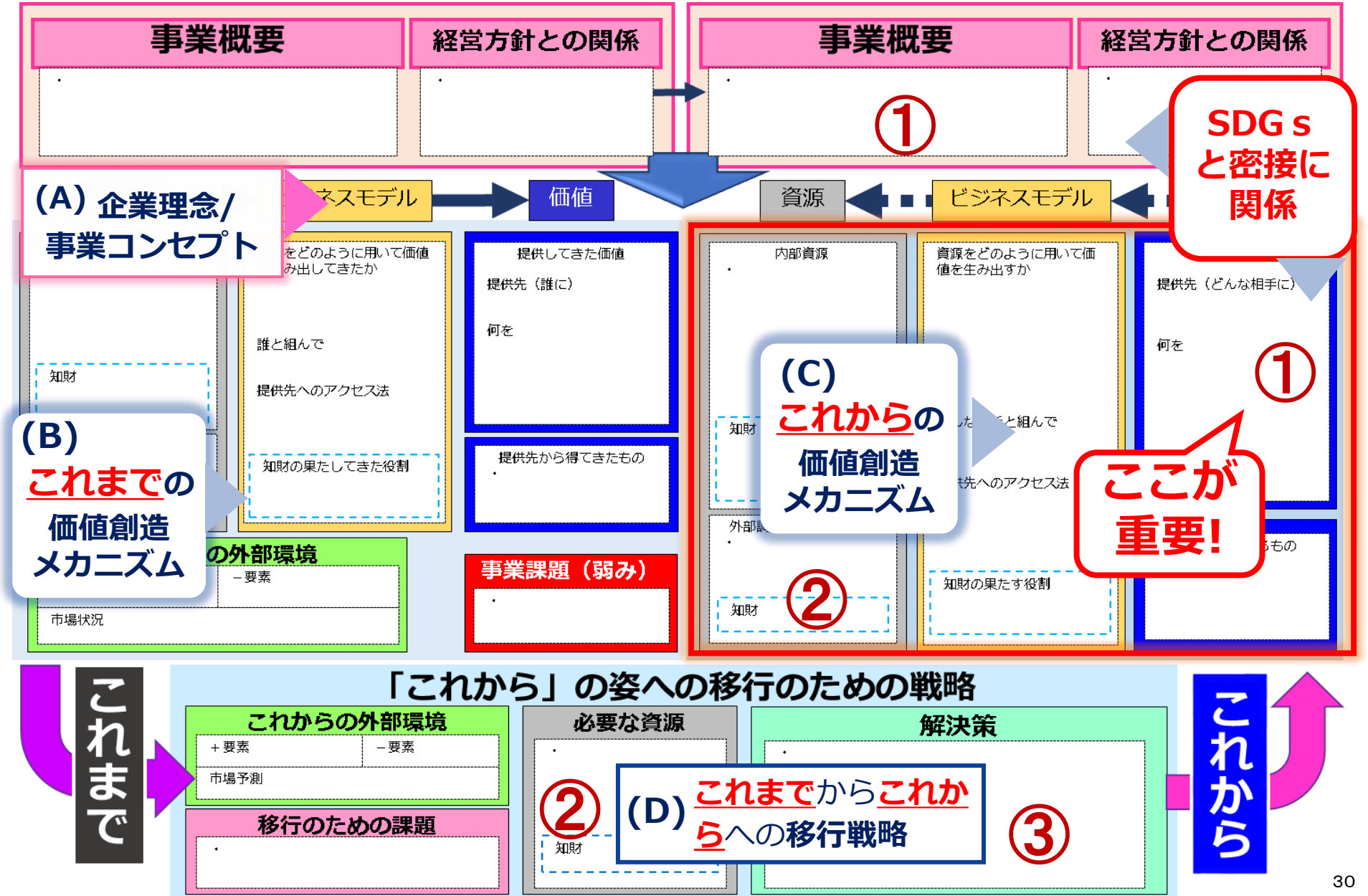
D (需要)リードの市場　＝ 新技術・新製品でも選ばれないと売れない＋複雑系



- D (需要)を理解したビジネスのデザイン
- 必要な資産の選択 組合せ

} がイノベーションの鍵 ➡ **デザイン思考＆プロイノベーション戦略**

価値デザインのどこにベンチャーを活用できるか



「脱平均」時代の共創イノベーション戦略とは

PROGRAM タイムテーブル

14:00～14:15　開会挨拶　久慈 直登　JIPA専務理事

14:15～14:45　**Ⅰ プロジェクト報告：ベンチャー連携において従来企業の知財部門が直面する課題**
報告者　長谷川 正憲　JIPA知財活性化PJサブリーダー（キヤノン㈱）

14:45～14:55　**講演者・パネリスト紹介**
紹介者　大水 眞己　JIPA常務理事・知財活性化PJリーダー（富士通㈱）

14:55～15:25　**Ⅱ 基調講演：『価値デザイン経営』によるベンチャーとのイノベーション**
講演者　住田 孝之氏（前・内閣府 知的財産戦略推進事務局長）

15:30～16:30　**Ⅲ パネル討議：すべての参加者に Win-Win をもたらすエコシステムを目指して**
モデレータ　大水 眞己（前出）
パネリスト　住田 孝之氏（前出）
北野 譲治氏（イーパーセル㈱）
平井 宏明氏（三井住友海上キャピタル㈱）
高江 瑞一氏（㈱日立製作所）

16:30～16:45　閉会挨拶　佐野 裕昭　JIPA副理事長（住友電気工業㈱）

～17:00　退室（東京会場は、混雑回避のため、エレベータは使わず階段にて 1 階までお降り下さい）

17:00～18:00　登壇者を囲む 意見交換会（TGビル**本館** 2 階　カンファレンスルーム202）