

日本の知財創造教育に対する 企業の貢献

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
知的財産コンサルティング室 主任研究員
上野 翼

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

世界が進むチカラになる。



自己紹介

上野 翼

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

知的財産コンサルティング室

主任研究員

これまでのキャリア

~2009:早稲田大学理工学部応用化学科⇒早稲田大学大学院先進理工学研究科応用化学専攻

~2013: ビジネスコンサルタント業務に従事

~現在: シンクタンク研究員

専門領域

知財×中小企業、知財×スタートアップ、知財×金融、知財×標準化、知財×教育

アジェンダ

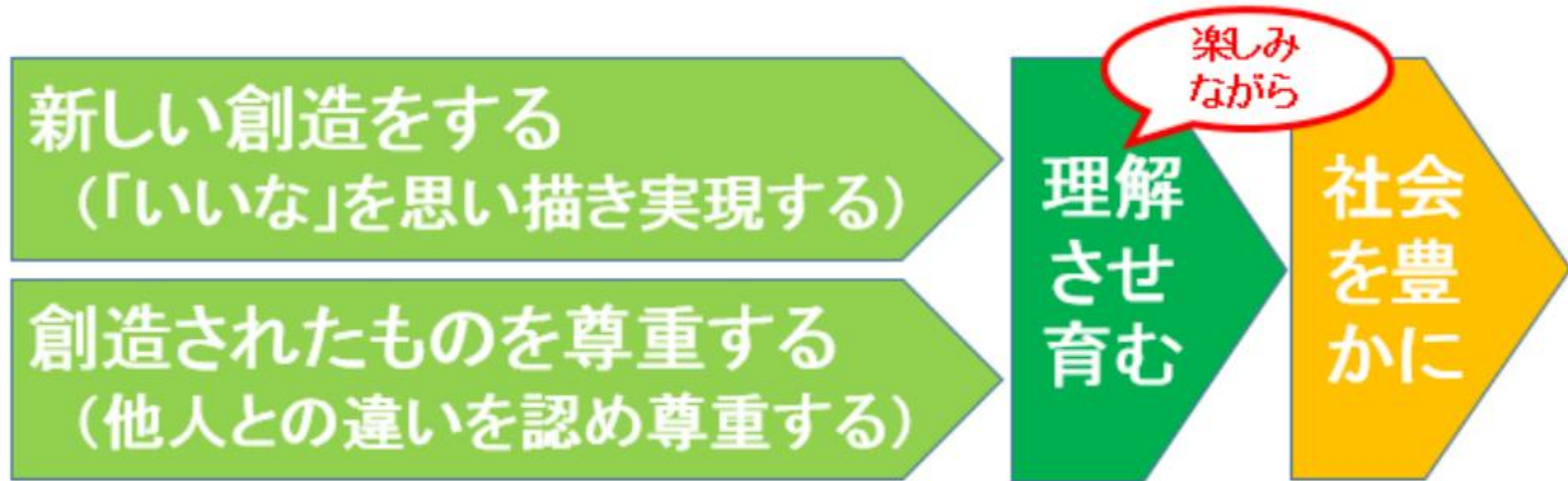
1. 知財創造教育とは
2. 企業による貢献の類型
3. 知財創造教育の普及に向けた課題

1. 知財創造教育とは

1. 知財創造教育とは

- 日本における知財創造教育

- 日本では、知財創造教育を『「新しい創造をすること」、「創造されたものを尊重すること」を楽しみながら理解させ育むことにより、社会を豊かにしていこうとするもの』と位置付けて推進されている。



出所) 内閣府知的財産戦略推進事務局「知財創造教育パンフレット」

1. 知財創造教育とは

- 知財創造教育の構成要素（例）

- 特許庁の調査研究報告書においては、具体的に学校教育の中で知財創造教育の要素を取り入れていけるようにするために、知財創造教育の構成要素をさらに分解したモデル例が提示されている。



出所) 特許庁「令和3年度産業財産権制度問題調査研究 高等学校での効果的な知財創造教育に資する環境整備について」

https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/document/zaisanken-seidomondai/2021_03_yoyaku.pdf

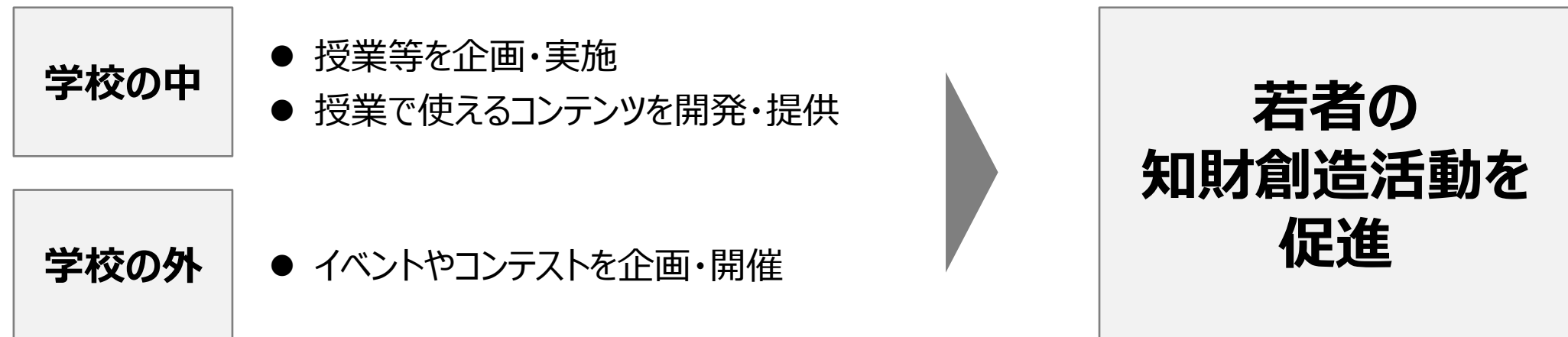
2. 企業による貢献の種類

2. 企業による貢献の類型

- 類型の例

- これまで、学校教育における知財創造教育推進・普及のために教職員だけでなく、地域社会のメンバーが全国的に貢献してきている。例) [知財創造教育 地域コンソーシアム](#)
- その中で、民間企業も様々な形で貢献してきているが、明確に「知財創造教育」という名目で実施しているものは限定的である。しかしながら、知財創造教育の考え方に照らし合わせると、その名称を使わずとも企業が知財創造教育的な側面から貢献をしている事例は確認される場所である。
- 企業の貢献パターンとして、大きく分けると「企業が授業等を企画・実施」「教育現場で活用できるコンテンツの提供」「企業主導でのイベント開催」等がある。

企業による貢献パターンの例



2. 企業による貢献の類型

- Case 1: 企業が授業等を企画・実施

企業名	本田技研工業株式会社
対象	大学・大学院生
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 早稲田大学におけるイノベーション教育プログラムの一環 ● 課題解決に寄与できる人材育成を目標として掲げる ● イノベーション、アントレプレナーシップ、スタートアップ等、多岐にわたる観点で授業を展開

知財創造教育との親和性

構成要素 (大)	創造性	尊重	社会を豊かに
構成要素 (中)	課題を見つける	人間の心を尊重する (感性を養う)	自他の暮らしや人生を豊かにする
	解決策・アイデアを考える	既存のアイデアを尊重する	持続可能な「社会・文化」に貢献する
	アイデアを表現する・伝える	他者の強みを尊重する (他者と協働する)	「未来」に貢献する
ボーダレスに考える (国境、学問分野、学年、等)			

出所) HondaイノベーションTokyo研究プログラムWEBサイトをもとに作成

<http://waseda-innovation-edu.jp/honda>

2. 企業による貢献の類型

- Case 2: 企業が授業で使えるコンテンツを提供

企業名	シャープ株式会社 株式会社a.school
対象	中学生、高校生
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● イノベーションを通じた社会課題解決についての学びを得ることをコンセプトとしたコンテンツ ● “ディスプレイ”を題材として、前半でディスプレイ技術の発展を学ぶ ● 後半では、生徒が自らテーマを決め、ディスプレイに関する探究に取り組む

知財創造教育との親和性

構成要素 (大)	創造性	尊重	社会を豊かに
構成要素 (中)	課題を見つける	人間の心を尊重する (感性を養う)	自他の暮らしや人生を豊かにする
	解決策・アイデアを考える	既存のアイデアを尊重する	持続可能な「社会・文化」に貢献する
	アイデアを表現する・伝える	他者の強みを尊重する (他者と協働する)	「未来」に貢献する
ボーダレスに考える (国境、学問分野、学年、等)			

出所) STEAM Library WEBサイトをもとに作成

<https://www.steam-library.go.jp/content/13>

2. 企業による貢献の類型

- Case 3: 企業がイベントを主催

企業名	ソニー株式会社
対象	小学生、中学生、高校生
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● STEAM 教育を念頭に置いた様々な活動を実施 ● 発明ワークショップを展開 ● 2022年には、サマーチャレンジ2022を主催し、その中で「大切な人のワクワクをつくるしかけコンテスト」を開催

出所) ソニー株式会社 WEBサイトをもとに作成

<https://www.sony.com/ja/SonyInfo/csr/ForTheNextGeneration/curiostep/>

知財創造教育との親和性

構成要素 (大)	創造性	尊重	社会を豊かに
構成要素 (中)	課題を見つける	人間の心を尊重する (感性を養う)	自他の暮らしや人生を豊かにする
	解決策・アイデアを考える	既存のアイデアを尊重する	持続可能な「社会・文化」に貢献する
	アイデアを表現する・伝える	他者の強みを尊重する (他者と協働する)	「未来」に貢献する
ボーダレスに考える (国境、学問分野、学年、等)			

3. 知財創造教育の普及に向けた課題

3. 知財創造教育の普及に向けた課題

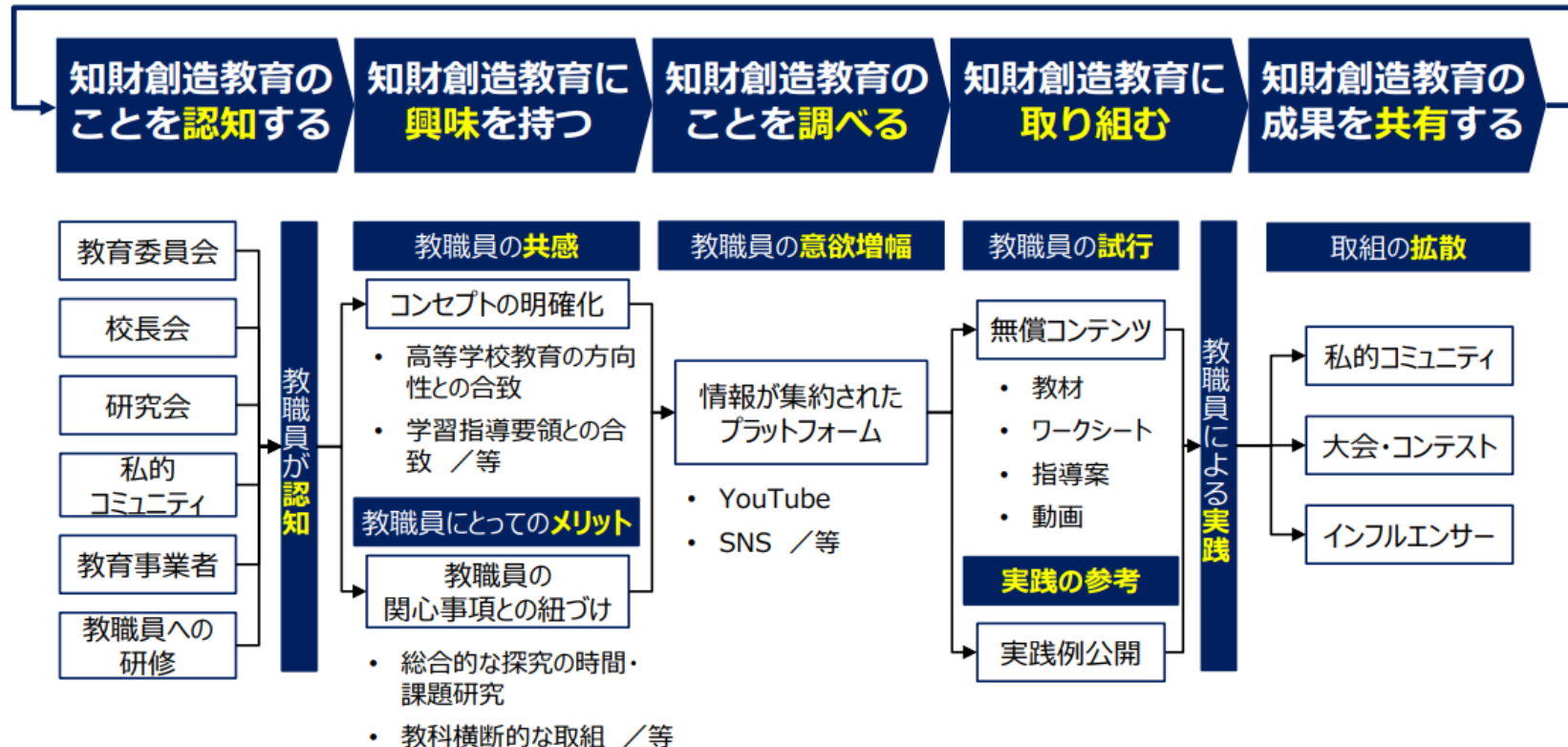
- 問題意識

- ✓ 知財創造教育そのものが、まだ知られていない
- ✓ 知財創造教育の範囲が、過度に狭く認識されている
- ✓ 知財創造教育に興味を持ったとしても、実践するきっかけがない
- ✓ 知財創造教育の良い効果を、もっと拡散するための仕掛けが必要

3. 知財創造教育の普及に向けた課題

- マーケティング戦略から考える普及のプロセス

- 知財創造教育に取り組んでいる方々は、これからの社会を担う若者にとって重要なものであるという認識を持っているが、一般にはまだ知られていないというのが現状。
- これを「良い製品はあるのだが、認知されておらず売れない」というモデルに置き換えた場合、例えばマーケティング戦略的な目線で今後の普及プロセスを考えるのも一案。



3. 知財創造教育の普及に向けた課題

- 普及に際して企業が貢献できること

知財創造教育を普及させ、

若者によるイノベーター・知財創造的な活動が広がる社会を
創るために、

企業はどのような貢献をできるか？