

知的財産戦略本部 構想委員会  
地域価値ワーキンググループ（第1回）

日 時：令和2年1月17日（金）10：30～12：30

場 所：中央合同庁舎4号館 共用第4特別会議室

出席者：

【委員】 渡部座長、大澤委員、小城委員、木村委員、日下部委員、田中仁委員、  
田中里沙委員、山田委員、吉田委員、渡邊委員

【専門委員】 鞍田専門委員

【事務局】 三又局長、渡邊次長、中野参事官、小林参事官、吉弘企画官

【各省等】 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 佐合参事官  
金融庁監督局総務課地域課題解決支援室 中川室長補佐  
農林水産省農村振興局都市農村交流課農泊推進室 宮本課長補佐  
経済産業省地域企業高度化推進課 齋藤地域新産業調査官  
特許庁総務部総務課 齋藤企画調査官

1. 開会

2. 議事

- (1) 事例から見た地域知財エコシステムの現状と課題
- (2) 意見交換

3. 閉会

○小林参事官 それでは、定刻になりましたので、ただいまから「知的財産戦略本部 構想委員会 第1回地域価値ワーキンググループ」を開催いたします。

本日は、御多忙のところを御参集いただきまして、まことにありがとうございます。

私は、内閣府知的財産戦略推進事務局参事官の小林と申します。本日は、どうぞよろしくをお願いいたします。

まず、本ワーキンググループですけれども、令和2年1月17日、本日付になりますが、知的財産戦略本部構想委員会座長決定により開催されることとなりました有識者会議となります。地域資源の活用と知財戦略に関する専門の事項を調査するものでございまして、有識者の皆様方のさまざまな識見をおかりしたいと考えております。

最初に、知的財産戦略推進事務局長の三又より御挨拶を申し上げます。

○三又局長 皆様、おはようございます。本日はお忙しいところ、ありがとうございます。

このワーキンググループの趣旨等について、ごく簡単にお話しさせていただきたいと思っております。

お手元の資料のクリップを外していただいて、資料3というパワーポイントの「地域価値WG」の説明資料ということで、後ほど事務局からまた少し詳しい説明をさせていただきますけれども、1ページ目だけめくっていただいた「地域価値WGの位置づけ」というところをごらんいただけますでしょうか。

先ほどありましたように、政府・内閣に置かれております知的財産戦略本部で知財戦略の検討を進めているわけですが、この左上にあります「目指す社会像」は、2018年に知的財産戦略ビジョンを発表しているのですが、そのときに10年先ぐらいまでを見通した日本が目指すべき社会像として、「価値デザイン社会」を提唱しております。ここに長い定義が書いてあります。「経済的価値にとどまらない多様な価値が包摂され、そこで多様な個性が多面的能力をフルに発揮しながら、『日本の特徴』をうまく活用し、様々な新しい価値を作って発信し、世界の共感を得る」。こういう社会を日本としては目指していくべきであるということを提案、提示しております。

もちろん、その下に書いてありますSociety5.0、デジタルテクノロジーを活用したイノベーションによって社会的課題を解決していくというのは、つとに国あるいは日本の産業界も含めた全体として目指しているわけですが、そこに至るためのもう少し具体的なアクションプランとして、毎年知的財産戦略本部でつくっている最新の推進計画2019におきまして3つの柱、3つの視点と言ってもいいと思っておりますけれども、「脱平均」「融合」「共感」と言っております。

脱平均というのは多様な個性を生かすということで、その多様な個性を融合する。それから、顧客やパートナー、あるいは域外、海外からの共感を得るということ。この3つが重要であろうということで、それに加えて、これはある意味所与の前提でもありますけれども、デジタル革新ということ意識して、価値デザイン社会、あるいはSociety5.0を目指していくということが全体的なビジョンです。それを実現するための戦略として、ここ

から先は、構想委員会というこのワーキンググループの親もとに当たる委員会ですけれども、昨年10月からスタートしておりますが、そこで議論していただいております、次の推進計画2020に向けて大きく4つのテーマにフォーカスをしていこうと考えております。①から④に書いてあるとおりですが、その中の一つとして「地域資源の活用と知財戦略」ということが挙げられております。

ここで議論していただく中身について、資料2「地域価値ワーキンググループの開催について」という紙がございます。1のポツのところに「地域価値WG」と書いてありますけれども、我が国は知財を活用し、先ほど申し上げた価値デザイン社会を目指す。その実現のための戦略の重要なものとして「地域資源の活用と知財戦略」というものが挙げられています。

一つ補足をさせていただきますと、知財というものの定義ですけれども、その少し下、3行ぐらい下書いてありますけれども、いわゆる特許の対象となるような技術は当然含まれるわけですけれども、それだけではなくて、例えばブランドであるとか、あるいは1次産品とか食品を初めとした商品、観光資源、こういったものの中にも知財の要素は含まれているわけですし、いわゆるコンテンツもそうです。あるいは、データもそうですし、さまざまなビジネス上有用な情報といったものは全て知財となっております。これは知的財産基本法の中に知的財産というものの定義が書かれておりますけれども、そういう非常に幅広い、言ってみれば無形資産、インタンジブルアセットと言われているもの全般が含まれると御理解いただければよろしいかと思っております。

そういった知財も活用しながら、地域にある独自の地域資源というものを価値ある知財と捉えて、それを見える化し、磨き上げ、活用することが重要だろうと。そのときに重要なのは、地域の外の視点、これは国内のその地域以外の地域、あるいは海外といった視点を取り入れて、「地域知財エコシステム」と仮に呼ばせていただいておりますけれども、そういったもののあり方を考えていく。これが価値デザイン社会の基盤になるのではないかと。

地域知財エコシステムというのは、これからまさに議論していただくメインテーマと我々は考えているのですが、地域における知財や人や資金などの循環と相互作用、その中にはその地域固有の知財、人、資金だけではなくて、必要な知財や人や資金を地域外から持ってくるということも含めてのエコシステムというものが重要になってくるのだろうと思っております。そのためのベストプラクティスを共有したり、その確立に向けて必要な政府の取り組みのあり方というものをここで議論していただけたらと考えている次第でございます。

ちょっと長くなりましたけれども、冒頭の御挨拶としてこのワーキンググループでお願いしたいポイントについて申し述べさせていただきました。お忙しい中、恐縮ですがけれども、何回かのワーキンググループをこれから開いていただくことになると思います。よろしくお願いいたします。

以上です。

○小林参事官 続きまして、本日、最初の会合でございますので、御出席の委員の皆様を御紹介させていただきます。委員名簿につきましては、先ほどの資料2の前に構成員名簿（11名）、専門委員（1名）というA4の1枚を皆様のお手元に配付してございます。御確認ください。

また、このワーキンググループの座長につきましては、渡部委員に御就任いただいております。

では、最初ですので、これから一人一人のお名前をお呼びしますので、御起立と、スマイルで一言御挨拶をいただければと思います。よろしく申し上げます。五十音順になります。

最初に、大澤住夫委員でございます。

○大澤委員 信州TL0の大澤です。よろしく申し上げます。

○小林参事官 続きまして、小城武彦委員でございます。

○小城委員 日本人材機構の小城と申します。よろしくお願ひいたします。

○小林参事官 木村友久委員です。

○木村委員 山口大学の知的財産センターで勤務をしております木村と申します。よろしく申し上げます。

○小林参事官 日下部裕美子委員です。

○日下部委員 IMPACT ACCESSの日下部と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

○小林参事官 田中仁委員です。

○田中仁委員 株式会社ジズホールディングスの田中と申します。よろしくお願ひいたします。

○小林参事官 田中里沙委員です。

○田中里沙委員 学校法人事業構想大学院大学の田中と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

○小林参事官 山田理恵委員です。

○山田委員 東北電子産業の山田と申します。よろしくお願ひいたします。

○小林参事官 吉田敏委員です。

○吉田委員 池田泉州銀行の吉田でございます。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

○小林参事官 渡邊賢一委員です。

○渡邊委員 XJPJの渡邊と申します。よろしくお願ひいたします。

○小林参事官 座長をお願いしています渡部俊也委員です。

○渡部座長 渡部でございます。よろしくお願ひいたします。

○小林参事官 最後に、本日、地域の取り組みを御紹介いただく鞍田炎専門委員になります。

○鞍田専門委員 福島民報社の編集局長の鞍田と申します。よろしくお願ひいたします。

○小林参事官 また、本日、本村委員は御欠席となっております。

続きまして、ちょっと前後しますけれども、配付資料を御確認いただければと存じます。既にクリップを外されているかと思いますが、表紙に「議事次第」という資料1、座席表、先ほど御紹介した構成員名簿、資料2「地域価値ワーキンググループの開催について」という紙、資料3は事務局説明資料、資料4として「resume」、これだけ配付しているところになります。御確認いただければと思います。よろしく願いいたします。よろしいでしょうか。

続きまして、本ワーキンググループの運営につきましては、先ほど御紹介がありましたけれども、右肩に資料2と書いてあるもの、「地域価値ワーキンググループの開催について」にまとめてあります。1以下に書いてございますけれども、各規定の運用、適用につきましては、座長と丁寧に御相談させていただきながら進めていきたいと考えております。

それでは、これからの議事進行につきましては、渡部座長をお願いいたします。

○渡部座長 それでは、始めさせていただきます。

まず、今回が最初でございますが、先ほど局長からも御説明がありましたけれども、この委員会の趣旨ということで、価値デザイン社会があげられています。先ほどの定義のところを読みますと4行ぐらいで、なかなかさっとわからないのですが、知財戦略の全体の流れは、20年前に知財基本法ができて、プロダクトアウトではないけれども、知財があるからそれが役に立つのだみたいな時代が10年ぐらいあったのです。それを今の経済社会に合わせて考えると、社会が受容する価値というものをベースにして物事を考え直そうという考え方が中に入っていますので、そういう趣旨で地域の問題についても、何々があるからというよりは、地域の知財と言われている、これは広い意味での無形資産ですけども、そういうものがどういうふうに社会に利用されていくかという視点をベースにして、人と資金と知財の循環というのは、地域に足りないのは人と資金ですから、地域の知財を核として資金と人を動かしていこうと。そういうことを地域の知財のエコシステムと呼んで、これは仮説ですけども、ぜひ議論をさせていただきたいという趣旨でございます。

これはクールジャパンとか、産学連携とか、いろいろな観点があるかと思いますが、委員の先生方の幅広い観点から御議論いただければと思っております。今後ともよろしく願いいたします。

また、ただいま事務局から資料2で運営についての話がございました。これは規定5にございますように、本ワーキンググループは原則として公開とさせていただきます。本日も含め、今後は特に言及しない場合は議事内容は全て公開になりますので、御了承いただければと思います。

それでは、議事に入らせていただきます。議題の「事例から見た地域知財エコシステムの現状と課題」について、まず事務局より説明をお願いしたいと思います。

○小林参事官 事務局より御説明いたします。お手元の資料ですと、横長の右肩に資料3と書いてあるもので、同じものをスクリーンのほうにも投影してございます。そちらのほ

うで御説明申し上げます。

お手元の資料の3ページ、「地域知財エコシステムのイメージ」を御確認ください。地域知財エコシステム、先ほどからキーワードとして出ていますが、それを1枚の図にあらわしたのになります。ちょうど上の緑色の部分がアウター、下が地域内ということでございまして、地域内には地域住民の方々、企業の方々、そういった地域の主体となる方々を丸で書いています。上のほうのアウターには、潜在顧客、顧客、ファンと書いてあります。外の方も書いてあります。そういった地域内外にわたっての、先ほど座長から御紹介いただきましたけれども、知財をトリガーとして人材、資金をいかに循環し、それを発展、拡大させていくか、そういった視点から今回御議論いただければと存じます。

ちょっと資料は飛んで、5ページ、6ページにわたりまして、本日御発表いただく福島民報社様のものを地域知財エコシステムに落とし込むとどうなるかをあらわしたのになります。絵のほうを見ていただいたほうがいいと思いますので、6ページを御確認ください。

先ほど見ていただいた地域知財エコシステムの絵に、どういった知財であるとか人の流れが生じているかをあらわしたのになります。例えば左上のほうに企業がございすけれども、企業同士の交流の中から知財をきっかけに人の循環まで生まれている。さらに、福島民報社様の取り組みですと、地域住民の方々との交流や、場合によっては就職という人の流れが生まれている。例えば左側の一番端に教育機関・学生がございすけれども、そういった中でも知財や人の流れ、さらに学生さんと企業の中にも知財・人の流れという形が生まれているというものになります。

もう一つ、地域外に対する循環として、オレンジ色の矢印で、ちょうど中央に四角で囲ってありますけれども、外に対する情報発信もなさっていますし、外の力からの埋もれた地域資源の発掘にもつながっているというところで、これはあくまでも一例でございすけれども、こういった形で地域知財エコシステムが成立しているのかなというイメージになります。

繰り返しになりますが、今回御議論いただきたいのが、そういった中で知財であるとか人・資金の循環をいかに活性化させていくかをベストプラクティス、ないしは、場合によっては国のほうの取り組みで御提言をいただければというところでございす。

事務局からは以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、3人の委員の方、それから専門委員の方から事例を紹介していただくということにさせていただきたいと思います。

最初に、田中仁委員より御説明をお願いいたします。よろしくお願ひいたします。

○田中仁委員 こんにちは。私はジンズホールディングスという会社を経営する傍ら現在地域活動に注力しており、ライフワークと言っても差し支えないほどエネルギーを注いでいます。

時間が限られていますので、少し要約してご説明させていただきます。もともと私が社会貢献活動を意識するきっかけになったのは、EOY (Entrepreneur Of The Year) という起業家を表彰する世界大会で、2011年に日本代表としてモナコに行ったことがきっかけです。

そこでは、世界50カ国の起業家が集まりいろいろな議論をし、審査を受けたのですが、その審査対象、審査項目で起業家個人の社会貢献が多くウェイトを占めていました。それまで私は、多くの先輩経営者から、経営者の社会貢献は、企業を大きくして雇用をふやし、税金を納めることだと教えられ、経営者個人の社会貢献について語ってくれた人は一人もいませんでした。そのため、私も個人的な社会貢献を意識することがなかったのですが、EOYでの経験から、世界基準では違うのだということに気づき、自分にもできる社会貢献は何があるのだろうと考えたところ、私自身がロールモデルとなれる起業家育成なら力になれるかもしれないと考え、創業地である群馬県で「群馬イノベーションアワード」(GIA) という起業家の表彰イベントを始めました。

GIAは、起業家が増えることが地域活性化につながるのではないかと考え、優れた起業家やビジネスプランを表彰することで、起業家の地位と認知度の向上を目的に7年前に始めました。高校生部門、大学生、社会人・一般部門があり、地域で「出る杭」となって頑張っている方たちを応援し表彰することで、個性を発揮することがなかなか難しい地域社会にあって、みんな自分の好きな道を追求しようというメッセージを伝えたいという思いで始めました。

このGIAは、現在は約3,000人が集まるイベントに発展し、また高校生部門の入賞者に慶應義塾大学のSFCのAO入試を受験する資格を付与するという仕組みもできました。そして、群馬イノベーションスクール (GIS) というビジネススクールも立ち上げました。これは早稲田大学ビジネススクールの長谷川博和教授に毎月前橋に来ていただき、起業を志す若者や経営者に無料で受講できる機会を提供しているというもので、今年で7期を迎えます。この2つの活動を継続した結果、群馬県では、それまで全国平均以下だった開業率が、ある年には上昇率で全国1位になり、現在では全国平均を上回るということが起きています。

このような活動をする中で、群馬、特に前橋市に行く機会が増えたのですが、その頃の前橋市の地価は、県庁所在地の路線価ランキングで全国最下位の47位でした。東京から100キロ圏内の県庁所在地の路線価が日本で一番低いというのは本当に驚きましたが、実際に町を見てみると中心商店街の状況がひどく、ほとんどの人は東京に吸い込まれて活気を失っているように感じました。これを何とかしたいと思い、それから私の挑戦が始まりました。

実際に地方に入って見ていると、地域の人々はもうほとんど諦めていました。どうせ自分たちの町なんかどうにもならない、高崎は新幹線が停まって羨ましいなど、そんな嘆きばかりを聞く中で、これはビジネスを通じて自分がこれまで体験してきたことと似ている部分があると思いました。行政や自治体も人が集まるという意味では組織であり、そこに集まる人々が熱くならなければ成功することはありません。人が役割を持って活動するこ

とが活力を生み出すのだという私自身の体験をもとに、一企業家として地域活性化にチャレンジしたくなりました。これまでの各地で地域活性化と言われているものを振り返ると、そのほとんどが、行政、商工会議所や商店街などに頼った他人任せなのです。これを変えたいと思い活動を始めました。

まず、地域や組織にエネルギーを集約させるために必要なものはビジョンだと私は考えるのですが、前橋市にはビジョンと呼べるものがありませんでした。ビジョンというと何か数値的な目標と考えがちですが、私は、ビジョンとは理念に近いものだと思っています。ビジョンがないので、市長が1期あるいは2期で交代してしまうと、新しい市長が前任者の施策に反対し覆すということが繰り返され、一貫したまちづくりができていませんでした。それならば、私たち市民が、前橋市は誰が首長になっても変わらない、そういったビジョンを官民一体で作ろうと考え活動を開始しました。

(自由が丘産能短期大学の) 嶋田先生という方も、地域活性化には長期的視点の理念、つまりビジョンが必要であり、そしていかに地域の資源、風土、強み、弱みを明確にするかが重要であると言っています。

そこで、官民協同でのビジョン策定を前橋市に提案したのですが、これまでは、日本人がこういったビジョンなどをつくる時は、何々総研や代理店に依頼することが多いと思うのですが、私は、前橋は全く新しいアプローチでいこうと思いました。

KMSというドイツのミュンヘンにある独立系のブランドコンサルティング企業があり、アウディ、ポルシェ、アディダスといった企業のブランディングを手掛けているのですが、この会社に前橋のビジョン策定のコンサルティングを依頼することを市に提案しました。

彼らは前橋にしばらく逗留し、そこで様々な市内のステークホルダーの方々に個別でヒアリングを行い、さらに3,000人の市民アンケートの回答を元にビジョンをつくりました。彼らがつくったビジョンは「Where good things grow.」、前橋にはいろいろなものがあるが、決して特筆すべきものはないと。ただ、多様性を受け入れる土壌や、様々な体験のバランスがある良いものが育つ町だ、という意味です。そして、それを前橋出身のコピーライターの糸井重里さんに日本語で解釈していただいて、「めぶく。」というビジョンが生まれました。

その後、「めぶく。」というビジョンのもとにまちづくりの戦略、戦術、テーマを明確にしていこうと検討を重ね、「Green & Relax」というテーマを掲げ、前橋を「デザイン都市」として発展させようということが決まりました。

このようにビジョンや戦略が決まると、地域の人たちも徐々に熱が上がってきます。一つの例として「太陽の会」が生まれました。「太陽の会」とは、前橋市内に拠点を持つ企業有志が稼ぎ出す純利益の1%（最低100万円）を毎年拠出して、地域のために見返りを求めない投資をしていこうという団体です。会の第一号の事業が岡本太郎作の「太陽の鐘」の修復と前橋市への誘致です。岡本太郎が「太陽の塔」の前年につくった「太陽の鐘」という作品があります。これは日本通運が、伊豆にあった自社で経営していた観光施設の目



玉として太郎に制作を依頼したのですが、その施設が閉園し、老朽化による安全性の問題もあり倉庫の中になんと眠っていました。これを前橋市の活性化の象徴として、修復し前橋に誘致したいと思い日通さんを説得し、修復費と移設費を太陽の会で全額負担しました。今現在鐘は、前橋の町なかに設置されていて、この年末も「太陽の鐘」で市民のみんなで除夜の鐘衝きをしようというイベントがありました。

太陽の会の次のプロジェクトとしては、前橋の町なかに馬場川通りという幅約10メートル、長さが180メートルの道路があるのですが、これをデザインされた緑地空間にしようと、太陽の会で工事費を負担し、完成後前橋市に寄附をするという計画を進めています。

税金をあてにするとなかなかエッジの立ったものできないので、そういったものを民間の資金でつくってしまい、そして市に寄附することであれば文句も出ないだろうということです。

その他にも、地域でいろいろ若者が集まる活動も始まっていて、「前橋まちなかエージェンシー」という街づくり団体が生まれたり、「COMM」というコミュニティスペースがまちなかに生まれたりしています。

また、アメリカのポートランドから人気のパスタ店を誘致し、新しい建物を建ててオープンしたり、さまざまな細かいコンテンツも生まれています。

私がここまで前橋にかかわることになったきっかけですが、まちなかにあった「白井屋ホテル」という創業300年の旅館が廃業し、その建物が売却に出ていたのですが、このままではデベロッパーにマンションに建て替えられてしまい、そうなったら本当にまちが終わってしまうので、何とか再生できないかと地域の若者から相談を受け、その熱にほだされて、これを個人で購入したことから始まりました。ホテルの再生を検討するにあたって、私はホテルの経営経験はないので、都内のホテル経営者やコンサルタントの方に相談したところ、ホテルというのは人が集まる場所につくるものであって、今の前橋にホテルはできない。前橋では低単価で回転させる安いビジネスホテル以外はビジネスとして成立しないと言われ、それならばと、このホテルを私自身が直接手がけることになったのがきっかけなのです。

ホテルの再生を考えたとき、ホテルと町とは切っても切れないものなので、その町自体がどんな町を目指すのかというものが明確でないとホテルもつくれません。ですから、冒頭の前橋市と一緒に作った前橋ビジョンや戦略のもとにこのホテルもつくり出そうとしています。

ホテルの設計は、藤本壮介さんという方をお願いしているのですが、藤本さんをはじめ、私の知り合いの世界中のさまざまな著名なデザイナーから、お金もうけでないこのプロジェクトに非常に共感していただいています。地域を活性化するという郷土愛は非常にかけがえのないものだと、例えばイタリアのデザイン界の巨匠と言われているミケーレ・デルツキさんがボランティアでホテルの客室をデザインしてくれたり、世界的なデザイナーのジャスパー・モリソン、日本では金沢21世紀美術館の「スイミング・プール」という作

品で知られる世界的アーティストのレアンドロ・エルリッヒも参加してくれています。

群馬には、「上毛かるた」という郷土かるたがあり、その札の中で「県都(けんと)前橋 生糸(いと)の市(まち)」と言われているように昔前橋は生糸で日本の基幹産業を担っていました。その「糸(イト)」を現代は「IT(イット)」で再生し、「県都前橋 ITの町」にしようと、現在、デジタル産業のサテライトオフィスの誘致を進めています。

既に100人単位で前橋にサテライトオフィスを設ける意思決定をした企業が出始めており、そういったことを通じてIT産業の誘致や、食の活性化、あるいは建築デザイン、アートなどのさまざまな体験を通じて前橋という町を活性化しようと活動しています。

前橋モデル“めぶく。”というものをさまざまな方に知ってもらうために、昨年11月30日には東京ミッドタウン日比谷で、News Picksさんの主催でイベントを行ったところ、約700人もの方々に集まってお楽しみいただき、そこでは前橋はどういう町かというものをお披露目してきました。

今、皆さんのお手元にいくつか冊子がありますが、「MAEBASHI TIMES」という冊子の中の「データで読む、前橋。」を見ると、前橋が、生活したり、働くのにふさわしい町であるということがよくわかると思います。ただ、この情報を実は前橋市民もわかっていないのです。私も初めて知ったことが多かったのですが、こういった情報をきちんと市民の皆さんに発信することで、今、首都直下型地震で東京一極集中の危険性が指摘されていますが、前橋がそういったBCPの観点や生活の利便性からも選ばれるような地域になろうと活動をしています。

いろいろな活動をしてきてわかったのですが、地域というのはさまざまなステークホルダーの方がいて、難しいです。ただ、難しいのですが、誰かが少し狭気を持って活動しないと、町というのはなかなか変わっていかないということを痛感しています。

しかし活動していると、当初は懐疑的だった方も徐々に仲間になってくれ、冊子の裏表紙にある通り、商工会議所の会頭をはじめ、さまざまなステークホルダーが、この前橋を何とかしようとみんなで盛り上がっています。

拙い説明でわかりづらかったと思いますが、以上、私からの事例の説明とさせていただきます。どうもありがとうございました。

○渡部座長 ありがとうございました。

議論は後ほどさせていただきますので、次に吉田敏委員から御説明をお願いします。

○吉田委員 それでは、よろしくをお願いします。池田泉州銀行の吉田です。

私どもの主に産学連携が中心になりますけれども、そこをベースとした取り組みを御紹介したいと考えています。

我々は強い危機感からこの取り組みを始めています。2000年ごろ、皆さんよく御存じのとおり、大阪、関西は「二重の空洞化」というものが起きて、銀行としてどうすべきかという議論がずっとあった中で、当時の通産省とか大学、我々、これは旧の池田銀行ですけれども、その他、地元産総研の関西センターがありまして、これらの方々といろいろデ

イスカッションをする中で、産学連携をベースとして地元の知財を世の中に出していく仕組みが必要ではないかというアドバイスをいろいろいただく中で、さまざまな取り組みを今やってきているということでございます。一つ一つ御紹介させていただきます。

まず一つが、これは2000年からやっている、今ではもう普通になっていますけれども、技術交流の場でございます。ビジネス・エンカレッジ・フェアという名前をつけていますけれども、いわゆる技術のマッチングです。2日間で来場者が7,000~8,000人来るのですけれども、2年前にやめています。というのは、もう役割は既に終わったかなと。非常に総花的な技術交流の場になっていまして、もっともっと専門性を高めて、かつ、いろいろなところでこういう展示会というか技術交流会がもうスタートしていますので、むしろそういうところと連携をとるべきだろうということでやめています、これをきっかけとして我々のネットワークを少しずつ広げてきています。

次が我々の最大のコンテンツになるのですけれども、2つの助成金です。これは2003年からスタートしているのですけれども、当時は銀行で、融資でも出資でもなく助成金という形で、ベンチャー、第二創業を応援する制度というのは非常に珍しかったと思います。他の銀行では財団とか自治体さんなんかと組んでやるケースは非常にありましたけれども、銀行単独でやるところは非常に少なかったかなと思います。

2つの助成金のそれぞれの特徴は、ニュービジネスはまさに名前のとおり新しいビジネスモデルの応援です。イノベーション研究開発助成金というのは、最近イノベーションというものに名前を変えましたけれども、ちょっと前まではコンソーシアム研究開発助成金という名前にしていました。いわゆる共同研究を応援しましょうということです。

関西には京大、阪大、神戸大と国立大学の代表的なものがありますが、ほかにも地元の大阪府立大とか大阪市立大、兵庫県立大、高専など優秀なところがありますが、そういうところには十分に資金が回っていません。そういうところの研究者、共同研究なんかを応援するということを目的に狙ってやっているのですけれども、今まで中身を見ますと、やはり京大とか阪大が相変わらず多いのです。

京大、阪大なんか結構な数を応募してきているのですけれども、なぜ応募してくるのかということですが、これはNEDOさんとかJSTさんなんか大学発ベンチャーも含めて結構お金を出していたり、国やグラントといったに制度も充実しているのですが、使い勝手が悪いというところに問題があります。

例えば、当然、制度的に難しい面があるのでしょうけれども、全て精算払いなのです。こういうベンチャーは1年後の5000万よりも目先の500万、100万円、ここに非常に命がけでやっている人たちですので、我々は受賞したら前払いでお支払いします。かつ、資金使途は自由にしています。

大学の先生なんかはお弟子さんを海外の学会と一緒に連れていきたいというのがあるのですけれども、国の資金ではそれは使えない。別に批判しているわけではありませんが、そういう隙間を突く制度が必要ではないかというのが我々の発想で、そういうものを補完

する。

我々は結局、下にもありますけれども、AMEDさんがなかなか賛同してくれないのですけれども、NEDOさんやJSTさんなど、いろいろなところと連携して、ポジショニングは本当のシーズのところを狙った支援を行っています。まだ、国からも、ほかの銀行からも融資、出資も受けられない、大学のグラントもなかなか使えないというところにこの助成金を打つ。その後に、連携をさせていただいているそれぞれの機関の方々につないでいく。こういう仕組みであります。

ですので、最近では地域創生と言われてから、何十と銀行が助成金を始めています。我々のところにも、制度設計でいろいろな銀行の方が聞きに来られて、つくられますけれども、銀行取引の入り口にされているケースが非常に多いです。メガバンクさんなんかもやっていますが、別に批判するわけではありませんけれども、自分のところのフィンテックのネタを探すのに助成金をやられている。我々はそういうことは一切なしに、審査にもかみません。池田泉州銀行の助成金とは一切言っていないのです。ですから、色が見つからない助成金、使い勝手のいい助成金ということで、応募が全く落ちずに、もう十何年やっているのですけれども、今回も200件以上応募が来るということで、非常にレベルの高いプランがここですくい上げられているということでございます。それは非常にありがたいと思います。

それは、実はもう一つ理由があって、ここの表はちょっとわかりにくいのですが、いろいろな協定を巻いているところ、巻いていないところもあるのですけれども、イノベーション協議会というのは後で御説明しますが、その枠の一番右側に助成金の審査委員というのがあります。これは非公開にしています。ここだけの資料になっていますけれども、この方々にも審査の段階から入っていただいています。彼らが将来、例えばNEDOさんで応援したい先、そんなところをここで発掘していただく。こんなことで、先ほど分野がありましたけれども、単に技術とかそれだけに限りません。観光・サービスとか、農業分野なんかも結構ありまして、そういう方の審査委員なんかも入れています。

分野別に25人ももう先生が実はいまして、一般的には助成金というのは大体権威づけとか、立派な先生方がやるケースが非常に多いのですけれども、私もほかのいろいろ審査もやらせていただいているのですけれども、形式ばかりで余り中身の無い議論が中心で、我々はそれではまずいでしょうということで、偉いのですけれども、実力もある、そういうスペシャリストの方々を集めています。アカデミアの方から出口が解る方まで、昔、ハゲタカファンドをやっていた方で今は大学の先生をやっていますという人も含めて、そういう方々です。

書類審査だけではなくてプレゼンもやっていただくことにしており、単に書類審査でセレクトするというだけではなくて、プレゼンした企業さんに忌憚なくアドバイスしていただくということで、それが口コミで広がってしまっていて、ここの助成金に来るとおもしろい先生方からいろいろなアドバイスをいただけるということで、この助成金にたくさんいろいろな会社がお申し込みしていただけているということになっています。これもご連携い

ただいている皆さんのおかげだということでございます。

また、違う話をしますと、我々は池田泉州キャピタルというベンチャーキャピタルを持っています。バブルのときもリーマンのときもやめずに、たくさん授業料を払って、財務内容は真っ赤っかで、全然パフォーマンスは悪いところですけども、そこがずっと勉強会みたいなものを行っています。これはネットワークづくりで、ここに勝手に記載しておりますが、1回御視察に来られたので内閣府さんとか、あと、近畿経済産業局さんと入っていますけれども、東京からもいらっしゃいます。全国からいろいろなプレーヤーがいらっしゃって、この会に来る。関西ではおなじみの会になっています。大企業なんかも、最近、オープンイノベーションということでたくさんいらっしゃいます。そういうことで、その辺はレギュラーメンバーと。ここでいろいろなベンチャーさんの横のつながりをつくっていただく。生のベンチャーとの接点という意味合いもあります。

もう一つ、先ほどの助成金に加えて我々の特徴的な活動が、経済産業省さんがされている新市場創造型標準化制度。ちょっとわかりにくいですけども、これは簡単に言うと、中小、ベンチャーがルールメーカーになる、市場のスタンダードをとりに行くのだという夢のような世界の話です。こんなことができるのかということですけども、実際にやれていますということをお我々がサポートしようと。

きっかけは、先ほど助成金をやっていたけれども、最初の研究開発の端緒のところから出口を見据えて応援するのが自然かなということで、経産省さんからもお話をいただいたときに、我々はいち早くこのサポーター、パートナーシップ制度のパートナー機関ということで参画させていただきました。全国で最初に手を挙げさせていただきました。

パートナー機関を数えますと、実は信金も入れて金融機関が50個以上入っているのです。これは恐らく特許庁さんとか経産省さんが、事業性評価に絡めて知財担保融資とか知財ビジネスマッチングみたいなことを言っておられ、そこら辺をやろうとしているのでしょうけれども、先ほども冒頭、座長のほうからもお話がございましたけれども、金融機関が知財と言ったときに特許以上の発想が湧かないというのがほかの金融機関の実態で、なかなかうまくいかない理由のようです。ですから、知財というのを、我々は幸い皆さんの御指導のおかげで、そこを幅広く捉えてやってきたというところが、恐らく標準化がうまく言っている理由だと思います。

今まで20件以上案件を出させていただいているのですけれども、採用されたのは3つです。2つがJISになって、1つがTSということですけども、1つエピソードを御紹介しますと、この制度が何でいいかということです。真ん中のアクロエッジという会社だけ御紹介します。

これは大阪の枚方市にある、もともと4～5人でやっていた小さなベンチャー企業です。社長さんが技術者で、今はやりですけども、もう既にある会社を購入されて自分が社長になって研究開発をやった。そこで、画期的な検査機器をつくられたのです。発明です。樹脂です。私も技術者ではないからうまく説明できないですけども、樹脂が固まってい

くプロセスを連続かつ微量で検査できる装置です。そんなものが世の中になかったのかということですが、実はなかったみたいで、その検査装置をつくられて、ある日本を代表する大手の自動車メーカーとか各大学に持っていくと、これは見える化ができるからいい、置いていけと言うわけです。買ってくれと言いますと、何でおたくから買わないといけないのという話なのです。商社を通しなさいということで、信用がないというわけです。

それで、我々に相談があって、日本規格協会さんと御相談しながら経産省さんへ行きますと、いいじゃないの、応援しましょうということで、忘れもしませんが、10月11日に、これはうちのプレスになっていますけれども、経産省さんもプレスされました。当然、日本語だけでプレスしています。

そうしたら、翌日にグーグルアメリカとかサムスンからアクロエッジに電話がかかってきたということで、実は今、グーグルアメリカと商談が進んでいるのです。そのぐらい、海外のほうがこういう規格に対しては非常に目が行っているなというところでもあります。

結局それがあって、まだJISになる前でしたけれども、それがブランドになってほかの製品も売れ出したということで、やはり新市場創造型標準化を進めていてよかったなと痛感した経験があります。

こういう形でさせていただいたということでございます。

もう一つ、これまでのネットワークとか取り組みの集大成で、我々は何かエコシステムをつくっていかになくちゃいけないねと。今は1対1、パイでやるような時代ではないね、みんなでやっぺいこうと。今、オープンイノベーション3.0と言うようですけども、あえてそう書きましたが、3年前ぐらいに構想を始めて、いろいろな機関にお声かけしましたが、うまくいかなかったのです。既にNEDOさんが事務局になられて、国でもそういう大がかりなエコシステムをやりたいというのもありましたし、それとバッティングするというのもあって、やはり省庁が違えば同じ席には座りにくいとか、人としてはお互いに知っているのですけれども、いろいろな会で顔を合わせていて何となくお互いに何をやっているかわかっているけれども、みんなで同じテーブルで応援するということがなかった。それを何とかやろうということでやりました。

本当は関西全部でやりたかったのですけれども、機動的に動かすにはまず小さく産んでいこうかなということで、大阪というエリアに限定してスタートしました。ですので、市とか府とか、こういう話になっていますけれども、そこに助成金なんかでかんでいただいているいろいろな方に入ってください、「人」のつながりを「組織」化しました。

あとは、大体こういうところへ行くと、権威のある方が大声を出して、あとは皆さん黙っているという会が多いのですけれども、そうではなくて、実務家の方にもいらっしやっぺいいただいて、そこでフラットに意見交換をしていただく。我々は前に出ずに、あくまでも事務局に徹してコーディネートする。

ここでおもしろいのは、ゲストとって、最近は大企業なんかも参加させてくれと。大企業でここに来るベンチャーを探して買収したいとか、そんな人では困るのですけれども、

ここに来ている方々は志が非常に高く、地域のためにと。当然、インフラ企業なのでそういうことになるのですけれども、そういう方が入っています。

とりわけ大ガスと関電が同じ座組みの中に入って、そのオープンイノベーションをやっている人が同じ企業を見て議論をするというのは珍しくて、この後に少しワンドリンクで簡単なビジネスセッションみたいなものをやるのですけれども、そこでお互いにけんかしたりして、なかなかユニークな会議であります。よろしかったら、皆さんぜひお越しください。新聞にもユニークだと取り上げられた。

新聞は日刊工業新聞が入っていますけれども、メディアの発信というのは最初から意識していました。他地域をこれから巻き込んでいくには、こちんまりやってもだめだなということで、メディアに発信していただくということで、メディアを使うということでもあります。日経さんも最近興味を持たれていますが、そういうことです。

最近の我々の取り組みとしては、ファンドをつくりました。これは大阪・関西万博が決まって、そこに向かって技術とかモデル、文化なんかを発信する、そこに応援ができないかなということで、本当は万博ファンドという形にしたかったのですが、協議会がまだ万博というネーミングを使ってはだめだということで、イノベーションファンドという中途半端な名前になっていますけれども、志はそういうことです。SDGs、万博に向けて、そういう地域の有力な知財をすくい上げる、こういうファンドです。

ここには、我々銀行だけではなくて、ロートさんとか岩谷さんとか、ほかにも今後ふえていく予定です。外部の方からお声掛けいただくこともあります。これは単に事業シナジーとかそういうものではなくて、地域のためにとということで、金額は非開示ですけれども、それなりの金額をここに張っていただいて、みんなで関西を盛り上げようよということをおっしゃっていただいています。

あと、一番下が特徴的ですが、ここに大阪府とか市が、このファンドとの協定をしようということで、彼らもいろいろな施策をやっています。ただ、このファンドをやるということにやはりお金づけができないので、逆にこのファンドに出資した先に、彼らが例えば実証実験の場の提供をしていただくということで連携をスタートしました。このファンドを先ほどの協議会なんかとうまくリンケージをとって、ここでアクセラレーションしていく、鍛えていくということでもあります。

関西と大阪では、万博だけではなくて、もう既にインバウンド、とりわけインバウンドでもハイエンドの人がどんどん来ます。地域ブランディングというのは、我々も今、喫緊の課題に実はなっています。単に商材とかそういうものではなくて、ソフト的な、いわゆるお祭りとか、そんなのも含めてブランディングしていく必要があるかなと。

京都なんかでは、祇園祭なんかをクラウドファンディングを使って存続していく。逆にそれによっていい発信が彼らもできていますけれども、そういうことで協議会の枠組みを使っていろいろなことができているのではないかなと思っています。

これがうまく機能しているのも、参画いただいている方々の志の高いところのおかげな

のですけれども、振り返りますと、我々主体が前に出ずに、こういうピクチャーというか構想というのをちゃんと我々がお示しして御理解いただいて、御賛同いただいてやっているおかげなのかなということで、これは大阪の我々だけで今やっていますけれども、いろいろ連携しているほかの銀行なんかにも言って、ほかの地域でもやってくれと。いろいろなところでこういうエコシステムが起きて、そのエコシステム同士の連携が起きていけば、これから全国的に展開できると考えており、中、外との連携というのはますますこれから大事になっていくのだらうと思います。

散漫になりましたけれども、私からの発表は以上でございます。ありがとうございました。

○渡部座長 ありがとうございました。

最後に、鞍田炎専門委員から御説明いただければと思います。

○鞍田専門委員 自席にて説明をさせていただきます。お手元にもレジュメを御用意してありますので、それをご覧になっていただきながらというのが1つ。もう一つは、ふくしま産業賞の第4回の受賞企業のパンフレット、さらに、社業についてのパンフレットを2つ御用意してありますので、参考にしていただきたいと思います。

まず、会社についての説明からです。福島民報社。新聞社というのは御存じのとおり、中央紙、地方紙、ブロック紙など、おおむね新聞を配達しているエリアによって分けることができます。中央紙というのは朝毎読日経など大手の新聞、ブロック紙になりますと一定の地域、例えば東北で言えば河北新報であったり、中部地方であれば中日新聞、東京の東京新聞など、そのほかに地方紙、福島民報社はカテゴリー的にはそこに入るわけですがけれども、福島県全県をエリアとしている新聞社になります。本社は福島市にあります。

創刊は1892（明治25）年で、128年を迎えます。創刊当時は自由民権運動が非常に活発な時期でした。弊紙のスタートも政党関係紙で、現在は政党関係紙ではなく、普通紙として新聞を発行しています。

発行部数は約25万部で、県内では最多です。大きな変化の要因となったのが東日本大震災、さらに東京電力福島第一原子力発電所の事故になります。それまではおおむね30万部発行していましたが、事故以降の人口流出、さらには少子高齢化による人口減少等で、発行部数が激減し、現在は25万部程度で推移しています。

震災当時、私は本社にいました。巨大な揺れと停電が起き、自家発電が作動し、外に出ると、雪がちらついて大変寒かった記憶があります。津波の状況、さらには翌日に起きた原発の事故などは震災当時は想像していませんでした。

震災によって結局何が起きたのかということですがけれども、地震による直接的な被害、建物の損壊、さらに津波による犠牲者、沿岸地域の被害、その後に原発事故によって人口流出が起きました。緩やかに人口が減っていくという地方の姿が、原発事故によって一気に人が減るという事態が起きました。半分自嘲げみではありますけれども、課題先進県であるという捉え方をしています。



ちょっと調べてまいりましたが、総務省の人口推計によりますと、日本の人口の減少率は平成30年10月段階では前年同期と比べて26万3000人減ったという数字が出てきました。0.21%です。福島県の場合は震災前の2011年3月1日現在、人口が202万4,000人でした。これが2019年、昨年12月1日現在では184万1000人です。18万3000人がここ8～9年ぐらいで減っておりますので、年間の減少率にすると全国平均よりもかなりハイペースで人口が減っているということが分かります。

この18万人という人口減ですが、調べましたら、茨城県日立市、京都府宇治市、この辺の人口が18万5000人ということですので、1つの市の人口がすっぽりと抜け落ちたということになります。

特に我々が非常に懸念しているのは、15歳から64歳までの生産年齢人口が減ったということ。これはなぜかといいますと、小さいお子さん、さらには進学期のお子さんを抱える家庭の県外への流出が大きかったということになります。要するに、お父さん、お母さんが働き手であるということ、それによって次に年少人口（ゼロ歳から14歳までを指すそうです）が、子供を連れて県外に避難しまったということです。さらに、女性の減少が男性の減少よりも大きいという結果も出ております。人口比は女性のほうが多いですので、当然そうなるかもしれませんが、結局、働き手がなくなった。子供さんがいなくなった。女性が男性よりも多く減っている。これは何を意味するかといいますと、将来福島県で働く、さらに家庭を営む、子供を産む、そういった方々が減っているということですので、人口減少がさらに加速していくという懸念を持っています。

そういった中で、なぜ新聞社の、それも編集局を預かっている私がこの場でこういう説明をするかといいますと、従来の新聞社、地方紙というのは、新聞を発行する、それを販売する販売収入、さらに新聞に掲載する広告の広告収入、さらに新聞社が営む事業による事業収入、この3つの大きな柱で営んでいたわけです。人口が減ったということで、購読者、お客様が減ってしまいました。発行部数は5万部の減少です。さらに、人が減るということで産業活動も非常に低調になってしまいましたので、当然広告収入も減少しました。今は改善されて、ありませんけれども、原発事故直後は屋外での活動の自粛ムードもありました。そういったことで事業の数も減る。その年に中止になった屋外の弊社の関連する事業などもありましたので、そういったことで社業そのものが存続の危機に立たされるということになりました。ただ、これは新聞社、弊社だけの問題ではなくて、福島県に住む方々、さらに福島県で生業をする方々に共通の問題であったわけです。

そうすると、新聞社として新聞を発行して広告を皆様からいただくというビジネスモデルだけではいけないだろう。地域全体が活力を持っていかないと、当然、弊社の問題ではありますけれども、福島県全体の元気づくり、地域づくり、そういったものがこれからの復旧・復興には欠かせないだろうということから、「地域づくり会社」を事業の目標に掲げるようになりました。

当然、報道機関ですので公正で正しい報道というのが求められているわけで、それは変

わりません。報道機関としての役割は果たしつつ、新たな会社の取り組みとして地域を元気にするといったことに軸足を大きく移すといえますか、新たな軸を設けたと言ったほうが正しいと思います。

その地域づくりの柱の一つがここにあります「産業づくり」、知的財産の活用となっております。さらに、「人づくり」「健康づくり」。「産業」「人」「健康」、この3つを柱に地域づくりを進めています。

そうした発想のもとに、2015年度に「ふくしま産業賞」を創設しました。これは弊社が中心となりまして、福島県、さらに県内の経済団体、農水林業の団体などにも共催になっていただき、さらに経産省（東北経産局）、復興庁、県の市長会、町村会、県内の大学などでつくる組織等々の後援をいただきながらスタートさせました。

新聞社が産業活性化の後押しをするのは、新聞という媒体を持っているというところに大きなメリットがあると考えています。各事業所の皆様は、SNSを使ったり、自社のホームページを開設したりして自社のPRをする。さらに、商品の開発・製造・販売などを通じて社会に貢献し、社業を継続するわけですけれども、一方でそういった取り組みを不特定多数の方に知っていただく機会はそう多くはありません。新聞という媒体を活用して、弊社は県民の皆様に分身の市、町、村、あるいはお隣の会社が何をしているのかといったことを伝えることができます。新聞という媒体は大きなメリットを持つと考えています。

顕彰事業という発想から始まったのですけれども、何が大きく変わったのかというと、企業同士の連携が図られました。

福島県は、北海道、岩手県に次いで3番目の面積を誇ります。東側は太平洋側に面していて比較的温暖な地方、一方、西は新潟県と県境を接しておりまして非常に雪深いところなんです。海沿いの方が会津の山の奥のほうまで、一生のうちに一度も行ったことがないということはざらにあります。県内のこともよくわからない。あげくに、福島県といっても、例えばお国なまり・方言も、海沿いの浜通り地方、新幹線や東北自動車走っている中通り地方、さらに猪苗代から西のほうの会津地方では、言葉も違えば、食べる食材、食文化、歴史文化、風土がかなり違ってきます。福島県の企業も同じです。浜通りの企業と会津の企業が結びつく、取引をするというのはなくはないでしょうが、異業種となりますと多分ほとんどないのではないかと思います。

そういった中で、「ふくしま産業賞」というのは、職種、業態、規模、売上額、そういったものにかかわらず、先進的であったり、非常に有益な取り組みをしていたりする企業、団体、個人を顕彰する事業です。毎年2月に表彰式を行っています。ことしも2月7日に表彰式がありますけれども、これまで全く知らなかった異業種同士の交流の場になっています。表彰式といっても、表彰プラス、受賞企業の各ブースを設けての見本市のような会場になっておりますので、そこで名刺を交換し、おたくは何をしているの、こういうことをやっているのですか、何かこれからはませんかというふうな異業種同士の連携の場になっています。実際にそれによって新しい商品開発であったり、企業同士の連携であったり、

こういったものが図られて、各社の取引、売り上げの増加につながっていることが一つあります。

もう一つは設備投資がふえて、税収増につながるであろうということ。さらに、雇用の拡大によって、当然、家計の収入をふやす。さらに、地元への若者の定着も図りたいし、図ればよいなということに、これは実は賞をつくった後に我々は気づかされました。

と申しますのも、先ほどもちよっと言いましたが、隣のおっちゃんがやっている会社が何をやっているか、あるいは自分のお父さん、お母さんが勤めている会社が何をしているかということ意外と知らないものです。ただ、小さな事業所であっても、実は日本国内、さらに海外を相手にするすばらしい商品をつくっていたり、表には出ないすばらしい素材などを生み出していたり、そういったことを開発する人がいるということがわかってきました。地元への就職を促す効果は、実は受賞している事業所さんから、受賞した後に募集をかけると問い合わせや会社訪問に来る若者がふえたといううれしい反響も出ておりますので、それにも大変手応えを感じています。

さらに、これは我が社の中で起きている現象ですけれども、この産業賞の説明を何で編集局長の私がしているかということのも不思議かと思いますが、スタート段階で紙面を通じた受賞企業の紹介といったこともありましたので編集局がメインにはなっているわけですが、実際には編集以外にも、地域交流局、広告局、事業局などの社員同士、している仕事は違いますが、これまで余りつながりがなかった各局の人間同士の交流の場にもなっています。

産業賞の創設以降、専門委員会と選考委員会での2段階の評価を行っています。選考委員会には、ここに記載させていただいているような方々をお願いをしています。

さらに、紙面でこのような形で紹介をしています。

毎年の表彰式で交流会（マッチング）を開催というのは、先ほど述べたとおりで、各ブースでのマッチングになっているということです。

シンポジウム、セミナーなどを開催していますが、受賞企業同士が自ら主催するなど、賞を創設した我々の手を離れて、独自の動きも生まれてきています。

さらに、第1回地域未来けん引企業サミットなどは経済産業省との連携し受賞企業を紹介しました。

次のページに行きますと、企業同士の連携。これは先ほど述べたとおりです。

こういった新しい商品づくりなどにもつながっているということです。

受賞企業の情報発信協力という部分は、県内だけでなく、東京で福島県の生産物を直接発信していく事業に拡大しています。

さらに、金融機関と産業賞の連携もあります。これは東京の城南信用金庫が主催しております「よい仕事おこしフェア」には全国の信用金庫が参加しております。我々は向こうから逆にお声かけをいただいて、こちらがお世話になっているという形であるのですけれども、「よい仕事おこしフェア」に産業賞の受賞企業のブースを設けていただいて、そこ

で情報発信をするなどということも起きています。

さらに会津地方では会津の受賞企業が自らフェアを開催しています。これは道の駅あいづ湯川・会津坂下で開いているのですけれども、御存じのとおり、今、道の駅というのは全国的に非常に人気があります。この駅というのは、ちょうど会津の盆地の真ん中にありまして、県内はもとより、新潟、山形、関東方面からのお客様が大量訪れるところでありまして、

最近力を入れておりますのは、その次の若者のものづくり、知財活用の意識醸成といったところです。第4回産業賞からは、高校生、高専、大学生、そういった若者を顕彰することにしました。郷土を担う人材育成にもつながるという発想から、高校生以上の賞を新たに設けました。

「吉野彰トロフィー」と申しますのは、昨年のノーベル化学賞の受賞者である吉野彰さん、この方は旭化成の名誉フェローです。産業賞選考委員長を務めていただいております蛭田史郎さん、この方は旭化成の元社長さんですが、福島県いわき市出身であります。そういった御縁が1つ。もう一つは、吉野さんは受賞前から、もう10年以上前から、吉野さんを研究のアドバイザーとして非常に深い関係を結んでいる東洋システムという企業がいわき市にあるのですけれども、そういった御縁がありまして、吉野彰さんに弊社の社長が面会させていただいたときに、先生のお名前をお借りできませんかと言ったところ、チャレンジングな若者を育てるという趣旨であるわけだからぜひ協力しますということで、第5回となる、ことしの産業賞で学生、高校生の最高賞の中から1点、吉野彰トロフィーという賞を贈らせていただくことになりました。

次に、「若者のアイデア活用の意識醸成（小中学生）」というページをご覧いただきたいのですが、高校生以上の学生部門をつくりましたが、小中学生も実は震災以降、福島県の子供たちというのが課題解決の意識が非常に芽生えてきました。ふるさとが抱えている課題に自分たちはどうかかわっていけるのか、どう解決すればいいだろうかといったことに意識を向ける小中学生が非常にふえております。そういった子供たちに、小中学生ですので、高校生、大学生のように専門的な研究をしたり、産業に直結するようなものはなかなか難しいので、地域づくりに関する活動であったり、アイデアであったり、そういったものをことしから顕彰することにし、「ジュニアチャレンジ」という産業賞とは別の賞を設けました。これも2月に表彰式を行う予定になっています。

次に「日本弁理士会と連携」というページを開いていただきたいのですが、日本弁理士会の元の会長をなさっていた佐藤辰彦さんという弁理士さんも実は福島県の御出身の方で、産業賞の選考にかかわっていただいているのですが、そういった御縁もありまして、日本弁理士会、さらに特許庁、そういったまさに知財活用をリードしている国の機関などとも事業を展開させていただいています。

さらに、知財関連の話題、第7回ものづくり日本大賞で内閣総理大臣賞を受賞した福島県いわき市にお住まいになっている小松道男さんという技術士の方の活動であったり、さ

らに佐藤辰彦さんには「知財ノート」というものも、そこにコピーが一部入っていますけれども、経済面に連載で知財活動の意味合いや有用性、さらに問題点、課題などについて書いていただくといいこととしております。

最後に、「元気な産業が数多く頑張っています Fukushimaを見に来てください」と書いております。福島県は、1次産業が基盤産業でありまして、そこから派生する醸造業、酒づくり、こういったものが非常に盛んなところなんです。1次産業から派生する産業、2次産業、3次産業、そういったところに横串を刺して福島県の産業を元気にするために新聞社として何ができるのかといった意識で活動しているのが現状です。

これで私の報告を終わらせていただきます。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、ただいま3人の委員、専門委員の方から御説明をいただきましたけれども、これを踏まえて意見交換に入りたいと思います。

冒頭、資料3で事務局から説明がありましたけれども、意見交換の一つの目的というか、地域知財エコシステムというキーワードを使っていますが、そういう観点で、2ページのところがございますけれども、きょう伺った話も含めて、一つはベストプラクティスというか、こういう取り組みがほかの地域でも使えるのではないかとか、民間側の工夫としてベストプラクティスをまとめていく、役に立つようなフレームワークをつくりたいということと、政府の役割としてはそれを後押しする施策があるかどうか、あるいは邪魔していることがあるかどうか、これは規制緩和みたいな話になりますけれども、そういうことも含めて意見交換をしていただければと思います。

今から、意見交換については、先ほどの話の質疑もあるかと思いますが、時間が限られておりますので、それぞれの委員の御意見をいろいろな観点から伺えればと思います。

御発言される方については、名札を縦に立てていただいて、効率的に時間を使わせていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。どなたからでも結構でございます。

では、まず田中委員、お願いします。

○田中里沙委員 三先生方大変すばらしいプレゼンテーション、ありがとうございます。質問も踏まえながら御意見を言わせていただければと思います。

まず、田中社長は、すばらしい企業家が本気を出すと地域の価値がすごく高まることへの理解が深まりましたし、そのポイントはクリエイティビティーにあると思いました。同時に、当該の内部の人、地元の企業家等の人たちの本気の一つになっていると感じます。さまざまなアーティストも参加をしているということですが、外の方にさらに知ってもらうためには、継続的な発信や工夫が必要なのかと想像しました。今回の資料の論点の中に「情報発信」が言葉としては明確には書かれていないので、盛り込まれるべきかと考えます。後ほど時間がありましたら、それに対する回答とともに議論に入れればと思いま

す。

池田泉州銀行さんの取り組みも、金融機関を超える活動であり、「助成金」が斬新だと思いましたがけれども、成果をどう見られているのかどうか、あるいはそれはもっと長いスパンで判断されていくのかということも吉田さんに伺いたいです。加えて、オープンイノベーションの推進において、様々な大手企業の方に参画をしてもらう中、文化も意識も異なる人材をどんなふうにも求心力を持ってまとめ、成果をあげているのかも気になるところでございました。

福島民報社さんも魅力的な活動を継続されて、震災以降、特に強いリーダーシップをとられていることに敬意を表します。後半がお時間が少な目で言及されなかった部分もあるかと思えますけれども、弁理士の先生方と組んだ知財経営のことが資料にあり、この知財経営に鍵括弧が記事の中にもついていますので、この「知財」の解釈をどうすればいいのか、できれば伺いたいです。

記事を細かく読ませていただくと、地元企業の知財と知財を組み合わせるマッチングが言及されていますので、これが一つのノウハウでもって今後共有していけるものなのかどうか知りたいと思えますし、情報機関ですので、受賞された企業や人材が新聞の記事で有名になり、その後、さらなる手応えを得ているのか、最初の情報発信のところでも加えて考えてみたいと思いました。

これらをまとめまして、今回の中で、1つ目は社会が求める価値を地域の中で見出していくということだけではなくて、エコシステムに参加する人を一人でも多くふやしていくということが大事だなと思っています。それは、ジズズの田中社長のプレゼンテーションの中に大きなヒントがあり、当事者をふやすということと、地域にかかわる中核人材をどう巻き込んでいくかという観点が必要です。

2つ目は、多様性が大切で、それは基本に置かなければと思えますけれども、ベストプラクティスを見出し、つくり、それを共有して水平展開をするということをこれまでもいろいろな事例でやってきた中で、それはなかなか時間がかかるところもありますので、一つの理想のモデルを固めた上で、個々の能力を引き出していくということが考えられないかということも検討したいです。「経営デザインシート」の仕組みもありますので、ツールとして活用しつつ、できないかと思えます。

3つ目は、繰り返しになりますけれども、価値を向上させていくための最大の手法（ツール）は情報です。情報発信のあり方を深めていきたいと思えます。

追加で4つ目は、池田泉州銀行の吉田さんから、大阪に限定しましたという御発言もありましたし、田中社長の前橋、あと群馬というお話もありましたけれども、地域の範囲を地域ワーキンググループの中でどういうふうに見るかということもポイントになるかなと思いました。

以上、まずはよろしく願いいたします。

○渡部座長 たくさんいただいたのですが、お三方に御質問が含まれていますね。

田中社長、コメントがございましたら。

○田中里沙委員 田中社長への質問は、ミッドタウンでのPRの場もありましたけれども、外部の方に知ってもらう工夫を継続的に何かお考えか。ツールも示していただきましたが、特に日本全体、海外へという意味でお願いします。

○田中仁委員 実は、今、私がやっていることは、一般化が少し難しいと思っています。理由は、普通は資金がないのです。資金がないという言い方がおかしければ、資金を出す人がいないのです。ですので、前橋の事例では、ほぼ自分がアフタータックスから資金を出しているのです。

News Picksの日比谷イベントの運営費も、この「MAEBASHI TIMES」を前橋市の12万世帯に配布した費用も全て、私の財団が負担してやっているというところが、エコシステムとして考えるとなかなか難しいと思うのですが、よいお考えがあればお聞かせください。

○田中里沙委員 情報発信にはお金がかかりますので、本当に検討の必要があるかと思えます。具体的な内容を教えていただきましたので、これから考えていきたいと思えます。

○渡部座長 最初のポイントというのはブランディング、ドイツの方にビジョンをつくらせて、でも、ボールを遠くに投げたことで人が集まったりというのはあったという理解ですか。

○田中仁委員 そうですね。ドイツのミュンヘンの会社が前橋を分析するというのは前代未聞だと思います。ビジョンの発表会を前橋市と一緒に、グリーンドーム前橋というホールでやったのですが、平日の夜にもかかわらず会場には5,000人近くの方が集まりました。駐車場に車が入り切れないうくらい地域の方が集まったのです。そういう情報発信は非常に重要だと思います。ただ、それでも、前橋市34万人のうち5,000人しか聞いていないということは、33万5,000人は聞いていないということです。この方々にも伝わるような良い仕組みがあればと思います。行って聞いた人にはわかるのですが、行かなかった人は自分は知らない、となってしまう。

○渡部座長 ありがとうございます。

そうしたら、続けて質問に。

○吉田委員 御質問は銀行としての成果をどういうふうに考えているのかということですが、つくった当初ははっきり言うとやりっ放しでした。やることに意義があるみたいな感じでした。

その後、今から10年前ですけれども、合併があって、旧池田銀行がやっぴまして、泉州銀行の方々にとっては何をやっているのかよくわからないと。何千万もお金を出して君らは金をどぶに捨てているのかみたいな話で、幾ら助成金先に融資したのかとか、余り意味のない話をずっと4～5年やっぴまして、5年前ぐらいにやっぴと整理ができた。

やはりこういうのは連携機関につないでいく。ですから、ポジショニングはどこまでいっても、先ほど申しましたように、シーズというか、本当にこれから先に対しての助成ですから、そこを国の方々といろいろ連携してやっぴこうとやっぴと整理ができて、今はそ

ういう形になっています。

○渡部座長 では、鞍田さん。

○鞍田専門委員 知財経営について最初にお話が出ましたけれども、要は大手の企業であったり、余力のある企業であれば、知財についてお金をかけてさまざまな登録、登記等をするといったことはあるのでしょうかけれども、地方において中小企業になればなるほど、知財の意味とか有用性が自分の経営にとってどういう意味を持つのかということを考えるということがまだなかなか起きていないというのが現状です。

そういった中で、今後、地域づくり、産業づくりをするときに、そういうソフトパワーをどうやって地方にも広めて定着させていくのか、それが中小企業の経営にとってどうプラスになるのかといったところまで知ってもらおうと。知ってもらうために、我々新聞社というのは役割を果たせるのではないかとといったところで、一つにはさまざまな、先ほどセミナーの開催等、県内数カ所で開いたりということもありました。

そういったものを新聞の紙面に特集という形でフィードバックすることによって、実際にそのセミナーに参加しなかった方にも知財の意味合いというものをしっかり伝えることができるのではないかと考えてやっています。とはいえ、始まったばかりですので、まだまだ県内全域に知財の有用性が普及したといったことまでは行っていないのかなと考えています。まだまだこれからかなというのが実態です。

○渡部座長 ありがとうございます。

あと、情報発信が入っていないと、これは単純に大事なので入れますということだと思います。

それから、ベストプラクティスを一個一個ということの一つモデルが必要なのではないかと。経営デザインシートのことを言われたのですかね。田中さんの話を聞いていると、まさしく前橋市の経営デザインシートをイメージしていて、トランスフォーメーションをやろうとされているように見えたので、もしかするとそういう整理の仕方もあるかもしれないなと思いました。

ほかに。お願いします。

○小城委員 私はお三方の発表というよりは、全体のワーキンググループがどこを目指すのかということについての意見です。

僕はこういった委員会に結構出てきたことがあって、せっかくやるのであればということですけども、ベストプラクティスをそろえるというのはこれまでもいろいろされてきて、すごいよね、いいよねと言って、政府は環境整備に努めると言って終わるとというのがよくあるパターンだと思うのです。

せっかくこれだけのメンバーが集まっているのであれば、僕はもっと踏み込んだほうがいいかなと思って、簡単ではないことをわかって申し上げているのですけれども、ステイックな分析ではなくて、ベストプラクティスがあるのであれば、なぜそれができたのか、どういうメカニズムでそれができ上がってきたのか、そもそもそれは横展開が可能なのか



どうかですね。横展開をさせるときに、どの押しボタンをどの順番で押すのがいいのか、どうすればそれが他地域で駆動するののかということらまでもう一段深い議論をしたほうが、このワーキンググループをせっかくやるのであれば、これまでとは違った成果が出るのではないかと思います。

その押しボタンの中に、民間が押す部分もあれば、政府が押す部分もあると思うのです。そういった謎解きではないですけれども、よかったものがなぜよくなって、それはたまたま誰かがいたではなくて、横展開できるとすれば、そこに何が横展開できる、まさに田中さんがおっしゃるモデルなのかということらまでぜひ踏み込んだもの、難易度が高いことはわかっているのですけれども、ぜひそこまでチャレンジをするというようなゴールイメージを持ってはどうかと、問いを投げてみたという感じのコメントになりました。

以上です。

○渡部座長 そのとおりにやりたいと思いますということだと思います。

では、木村先生。

○木村委員 今の部分に関連して、まず質問が1つあります。専門委員の鞍田様ですけれども、福島民報社がやられている中で、恐らく弁理士の佐藤辰彦先生がかなり重要な位置に入っていると思うのですね。

佐藤先生というのは、私のサークルの先輩でもあって、レジェンドなのです。すばらしい人なので、結局、福島にたまたまあの方がいらっしゃって、それができたのかという部分もあります。

実は質問というのは何かというと、この場合、佐藤先生は出身が福島だということで、自発的にこういうことをやろうということでコンタクトをされたのか、それとも新聞社のほうからコンタクトをとったのか。まず質問を1つさせてください。

○鞍田専門委員 コンタクトは（各方面の県内関係者を調べて）こちらからとったわけです。ただ、あの方が福島出身だということが実は大きなファクトとしてあります。冒頭申し上げた、やはり震災と原発事故という今後何十年かかるわからない復興のために、佐藤辰彦さんとしては自分の人生の最後の力を注ぎ込みたいという思いを非常に強く持たれていて、これは佐藤さんの社業の部分ではあるのですけれども、経営している創成国際特許事務所を震災以降に福島県内とか、仙台とか、そういったところに開設をして、弁理士を常駐させて、地域の課題解決のために本業の社業としても取り組もうと。

さらに、弊社が実施している産業賞にもこちらからお願いしたところ、二つ返事で御協力をいただく。今ではさまざまな御提案とか、さらに後段で述べました特許庁などとの関係づくり、道筋づくりなどにも非常に大きな力を発揮していただいているのが現状です。

以上です。

○木村委員 ありがとうございます。

そうすると、たまたま福島県の場合はそういうような素地があったので、ある意味、そういう素地がある場合にはもう徹底的にそこを使う必要があると思うのですけれども、一

一般化したときに、例えば山口県でそういう方がいらっしゃるのか、思いがあつてそういうことが駆動できるか方がいらっしゃるかということになると、いない場合もありますので、そうであれば、新たな仕組みとして、そういうような思いがあつて専門性がある人を地元の要望のミスマッチがないような形で導入してくる、例えば山口のほうに連れてくるというような何らかの仕組みも必要になってくると思うのですね。

ですから、一般化のことを考えたときに、そういう思いがある人がいる地域は、もうそれはそれでどんどん進めるべきだと思いますし、そういう方を上手に地方に持ってくる。持ってくるときに、今までも若干ミスマッチという方もいらっしゃることもあり得ると思いますので、そこら辺の要望を上手にくみ上げながら人を配置していくような仕組みも必要になってくるかもしれないです。

ちょっと関連して、そういう思いがある人、駆動する人の話と、それ以外でも、もう一つが地域全体の戦略的な思考とか行動ができるような人材育成も必要ですので、実は山口大学の場合は知財教育の必修化を学部も大学院もやっています。それはなぜかというと、そういうところで学んだ学生が地元に着いて行政とか企業に入ってきます。例えば学部3年生でも企業と組んでいろいろなことをやる時に、実は学生から泣きつかれることがあるのですね。それは何かというと、社長さんが商標のことが全然わからないから、わけのわからないことを言っているの、先生が説得してくださいということで、学生が社長に教えるのだけれども、聞いてくれないという形のことで、もう既に動き始めています。

ですから、話が拡散するのでちょっとまとめますけれども、専門家の方を持ってくる仕組みと、地域で底上げするような人材育成を全部セットでどうやってやっていくかという仕組み、そういう一般化に向けたような仕組みも必要ではないかなと思います。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。山口出身の有力者は多いですね。では、日下部委員。

○日下部委員 三先生方のプレゼンテーションでいろいろなインスピレーションを受けまして、私なりに理想的なステップはこういうものではないかなと思ったのが、田中様のプレゼンで最初にビジョンがまず大事で、ビジョンができていない場合もすごく多いということと、クリエイティビティーを刺激するということが、メディアの観点で、モチベーションが低いところをアップする効果があるということがすごくいいなと思ったのと、金融機関が支援してエコシステムをつくっていくというのは、私も東海東京で中部オープンイノベーションカレッジというのをまさに中部地方でやっていますので、大変参考になったのです。

そのときに、最初にブースターみたいな形で外からすごくクリエイティブなプロデューサーみたいな方とか異業種の専門家の方が入られて、地元の方が刺激を受けて、次は主体性を持って。エコシステムというのは支援者だけがビジョンを持ってやってもだめで、次のステップは地元の方の中から価値を生み出すような人とか組織が自然発生的に生まれてくるのが理想的なのですが、最初に地元の方のバイインを外からのビジョナリー

な方が得るところはまずどういう工夫があるといいのかというのが知りたかったのと、それは地元の名士を巻き込むと効果的なのかとか、社会関係資本的な視点が必要なのかなと思ったのですが、その次にエコシステムの中の主体性がぼこぼこ生まれ得る仕組みみたいなものはどうやったらいいのか、どう効果を伝播していくのかということと、すばらしいプロジェクト期間が終わった後にどう持続していくのかというところが、地方の場合は人材がなかなか集まりにくいのと、資金が中央に近いところに比べて、今、広島大学をやっていますけれども、その点でディスアドバンテージもありますので、そういった課題の解決を考えるような仕掛けみたいなものをぜひいろいろな先生方から今後学べたらうれしいなと私は思いました。

○渡部座長 ありがとうございます。

では、山田委員、お願いします。

○山田委員 山田でございます。感想とお願いを申し上げたいと思います。

まず、田中様のお話は私も大変感銘を受けました。特に、「地域の人は諦めている、熱くならないとだめだ」というのはまさにそうで、地方は本当に閉塞感を持っていることが問題だと思います。

田中様のような熱い思いを持つキーマンが必要なのですが、そう簡単に見つからないというのが現状でして、ただ、そういうお話を伺うことでいろいろな刺激を受ける必要性はあると思います。地域の住民自身が熱くなっていく仕組みが必要だと私も思いました。

それから、吉田様のお話で、新市場創造型標準化制度についてですが、実は私の会社もその制度を使わせていただいて、一昨年JIS化をしました。今、ISOに向けて動いている段階です。

うちの会社は、サポーター機関は宮城県の産業技術総合センターにやっていただきました。やはりJIS化をすることで信頼性が上がるとか、見えない形ですけれども、売り上げにつながっていくという非常に大きなメリットがあって、ただそれを知らない方がまだまだ多い。

東北地方も、実はうちの会社が第1号だったのですが、その次に続くところがなかなかないというお話を伺っていて、地域の価値を上げていく方策の一つとしてその方法を使うのは一つの手ではと改めて感じました。

それから、鞍田様のお話は、私も仙台ですので最初の震災の記事を拝見しただけでもドキドキしてしまいますけれども、福島県は原発の話もあるので非常に特殊な、大変な状況に置かれていたと思います。その中でこれだけ活性化のために動かれているのはすばらしいと思いました。

実は、私がいる宮城県や仙台市も、これからのビジョン、将来への総合的な計画作成を現在行っています。私もそのメンバーに入っているのですが、どうしても教育、医療、福祉、高齢化社会、安心・安全な社会をつくりましょう、地域を活性化しましょう、という今までの延長線では行くのですけれども、10年後、20年後を見据えた目標設定は非常に難

しいなと思っています。今日のお三方のプレゼンを是非そういう会議でやっていただきたいぐらいです。

このワーキンググループの意見というのは非常に重要で、私は構想委員会のほうも出ていますが、この中央で行われている会議の内容と、例えば宮城県とか地方の会議で行われている議論の内容にもものすごく乖離があります。毎回その話をさせていただいているのですが、何かもう少しつなげられる方法がないのかと思います。

先ほどもどなたかがおっしゃっていましたが、このワーキンググループの意義といますのは、ここでいろいろな方のお話をただ言い放しで終わるだけではなくて、この話をどういうふう実際に地方につなげていって落としていくかが重要ですので、その仕組みをぜひ今後この会議の中でも考えていただく必要があると思いました。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

ついでですけれども、標準規格、何についてこないですかね。

○山田委員 何ででしょう。

○吉田委員 恐らくみんな知らないです。日本規格協会さんあたりが一生懸命になって、地元の経産局さんと一緒になってセミナーを組んで、私も全国いろいろ行かせていただいて、講演もさせていただきましたが、初めて知ったという方が多いです。中小企業、ベンチャーの技術がスタンダードをとるなんて、そんなことできるはずないだろうと、皆さん、最初から思っていますね。ですから、本当に啓蒙というか、リテラシーを上げていく世界だと思います。

もう一つは、弁理士さんも余りそれに取り組みませんね。知財のところに一番近いはずなのに、彼らはそこをやらないのです。最近やられますけれども。いろいろセミナーに呼んでも、弁理士さんはぴんときないのです。優秀な弁理士さんであればあるほど、今まで大企業の仕事をやっていたから、そんな細かい話をしなくてもよかったのでしょうけれども、これから弁理士の皆さんを取り込んでいけば新市場創造型標準化制度も広がっていくのではないかと思います。ちょっと余計なことを言いましたけれども、済みません。

○渡部座長 弁理士の標榜業務にはずっと前からあれは入ったのだよね。それをちゃんとしてもらおうということだと思いますけどね。

ほかはいかがでしょう。どうぞ、大澤さん。

○大澤委員 皆さんの発表で、地域の人口が減っていく、そのために努力されている。私は出身が長野県で、長野県もすごくそこは大きいです。地方銀行は、昔は長男が帰ってくる職場という位置づけだったのに、今は長男は帰ってこなくて、ほかの地域から来るという状況で、何でそうなるのかという話をしたときに、福島民報さんの話の中に、小学生、中学生、高校生、そこら辺に地域の解決する課題を与えていく。小さいころから地域の魅力が何かわからないで一生懸命こういう政策をしても、結果、今やっている人たちは一生

懸命やるけれども、若い人たちに引き継がれないのではないのかなと。ぜひ、大人だけで考える仕組みより、若者をどうやって教育していくか、人材育成していくかということを中心視点を考えていくのがいいのではないかなと思いました。

地方の人口減少というのは、都会の魅力はすごくわかるけれども、本当は地方にも魅力はあるけれども、日々の生活でそれが魅力あるとは理解できていない。本当は理解すればすごく魅力があると思うのですけれども、そういう観点で、若者も人材育成するようなプログラムがあればいいのではないかなと思いました。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

ちなみに、知財教育という政策がありまして、これは初等、中等からやっているのですよね。教育指導要領に一部、知財創造教育というのが入ったので、全国でネットワークをつくるとかやっているのだけれども、今みたいな観点は恐らく余りないかもしれませんね。知財教育の施策があることを御存じですかね。福島のそちらの中で。

○鞍田専門委員 細かくは私も存じていないのですが、小学生に関しては、弊社の社長の号令で小学生の全教科の教科書をみんな読もうということがありました。編集局にラックを設けて、全教科の教科書を置いて、教育現場で一体何が教えられているのか、逆に子供たちが何を学んでいるのかということも取り込みながらやろうとは心がけてはいます。日々の業務にかまけて細かく教科書に目を通すということはなかなか難しいのですけれども。

もう一つ小学生に着目した理由としましては、実は福島の小学生の女の子がおととしだったか、中央の課題解決のコンクール（2017年、内閣府の地方創生☆政策アイデアコンテスト）があるのですが、そこで最優秀賞（地方創生担当大臣賞）をとりました。その女の子は、福島市のシャッター通りと化しつつある、活力が失われつつある商店街を自分たち小学生は何ができるだろうかなという発想から、たしか、ボランティア活動とか、商店街のごみ拾いとか、小学生でもできることをしましょうと。そして、商店主さんたちと仲よくなりましょうと。その先に、例えば何かイベントをやるのであれば一緒に参加したり、バーベキューを一緒に楽しんだり、そういうことができるのではないですかというふうなアイデアを応募して日本一になったのです。その子は地域づくりの団体を自分でつくって、さまざまな提案を商店街とか行政にするようになりました。

弊社お紙面で紹介したり、地元の商店街の方々もそういった女の子の発想を大事に受けとめて、一緒に歩きながら考えて事業化を図ったりするといったところまでできています。

何が言いたいかというと、小学生というのは子供なのですけれども、実は体の小さな大人なのです。そういう地域の魅力を高める、課題を解決する、そのために何ができるかといったことを実は小学生でも考えている子がいるのであれば、そういった子供たちの活動をしっかり受けとめてあげようというのがジュニアチャレンジという賞の発想になります。ちょっと説明させていただきました。

○渡部座長 ほかはいかがでしょうか。

時間的にはあと5分ぐらいですが、何か。木村さん。

○木村委員 今の件で、小中高校生に関するもので若干の情報提供ですけれども、内閣府と特許庁のほうで、こういう小中高校生向けの「未来を創る授業ガイド」というのができ上がっています。その中で、一つの事例として学習指導要領に載っている、例えばこれは山口県萩市の福栄小中学校ですけれども、小学生がつくったもち米を中学校の2年生がブランディングを行って、最終的に販売をするというような授業が既に行われています。

そういう事例も含めてたくさん事例がありますので、私はたまたま今1冊持ってきていますので、後で御参考までにとということで、情報提供です。

○渡部座長 ありがとうございます。

あとはどうでしょうか。よろしいでしょうか。今後の進め方も含めて、何か御意見があればいただいております。

では、日下部さん。

○日下部委員 成功事例からぜひ学びたいのですけれども、最初に何が問題で大変だったことがあって、それをどういうやり方で乗り越えて、これを使ったから解決できたみたいなポイントを、成功したところだけだとそこが見えてこないの、なるべく教えていただけると大変勉強になるのでよろしくお願いします。

○渡部座長 ありがとうございます。

よろしいですか。最後1個だけ。田中社長のところに、大学とか小学校という学校というのは余りセクターの中には。前橋は前橋工科大学なんかがありますけれども、余り接点はないのですか。

○田中仁委員 あります。

○渡部座長 どんな形で。

○田中仁委員 例えば群馬イノベーションアワードですが、これには地元の共愛学園前橋国際大学という最近とても人気の大学や、前橋工科大学、群馬大学などの生徒の皆さんも多く参加してくれています。

そして、高校生も、群馬県校長会という校長先生が集まる会に私が出向いて、画一的な教育ではなくて、起業家育成も重要なのだということを説明して、このイベントへの生徒の参加を促したこともあり、毎年高校生が500人から1,000人参加しています。

○渡部座長 わかりました。ありがとうございます。

大体予定の時間が参りましたので、きょうの意見交換はこれで終わらせていただきますけれども、本日の議論の結果を踏まえて、次回以降、どういうアジェンダでやるかということ相談して進めたいと思います。

局長から。

○三又局長 皆さん、本日は中身の濃い議論を本当にありがとうございました。お三方からプレゼンテーションをいただきました。田中社長は企業家の立場、吉田委員は金融機関、

鞍田専門委員におかれてはメディアという立場から、私どもが冒頭で御提示しました仮説ですけれども、この資料3の3ページの地域知財エコシステム、こういったエコシステムをつくる上で、それぞれお立場は違いますけれども、中核的な機能を果たしておられる事例を御紹介いただいたわけで、全体像を考える上で非常に貴重なプレゼンテーションだったと思います。

田中社長のプレゼンにはいろいろな多くの手法というか、地域エコシステムをつくっていく上での手法が含まれていたと思いますので、非常に学びになりました。

あと、お二人の委員の中にも大変ヒントがあったと思います。

具体的な答えはまだ先ですけれども、例えば標準化制度の活用とか、子供や学生にもっと目を向けるような仕組みとか、そういった御意見も複数の委員からありました。

宿題を幾つかいただいております。まず情報発信が大事だということを、実は3ページの絵にはちゃんと書いてあるのですが、4ページの論点のほうに余り明確に記載していなかったのが、御指摘ありがとうございます。すぐに直したいと思います。

あと、何人かの委員の方から、もっと踏み込んでということも、そのとおりだと思います。最後に日下部委員からも御指摘いただいたように、いいところまでは行ったのだけれども、こういう問題があって失敗しましたという事例をプレゼンしていただくといいのかもしれないのですけれども、それはなかなかプレゼンターを見つけるのも難しいので、おっしゃったように、成功事例の中から、ここがうまくいかなかったら本当にうまくいってなかったかもしれないというところをどう乗り越えたとか、そういった形で肝になる部分がどこなのかを浮き彫りにしていければと考えております。

あと、個別に幾つかいただきました宿題についても、しっかり踏まえていきたいと思えます。

きょう話に出た、これは知財本部で生み出した施策として経営デザインシートの話と知財創造教育の話がありましたけれども、よく御存じの方もいらっしゃると思いますけれども、余りファミリアでない方もいらっしゃると思うので、次回までに何らかの形でもうちょっと丁寧に御説明をして、また次回以降に臨みたいと思えます。

今後、4月ごろにかけて月に1回程度のペースでやらせていただけたらと思えますけれども、次なる機会で、事例という形になると思えますけれども、ほかの委員の方、きょうプレゼンテーションをしていただいた方以外の委員の方からも、特に人材の問題とか、海外展開、海外への発信とか、海外の問題。それから観光資源はきょうはそれほどフォーカスしていませんけれども、そういった分野。あるいは、大学、産学連携。この辺をまた拾っていきながら、議論を深めていただければと思えます。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

今後のスケジュールがあれば、御説明いただければと思えます。

○小林参事官 今、三又からもありましたけれども、大体月1回のペースで、今月は1月

ですので、2、3、4とあと3回、計4回を予定してございます。多くの課題をいただいておりますけれども、少しチャレンジングに月1回のペースで進めていきたいと思っております。最終回は取りまとめという予定になってございます。

また、個別にはスケジュール調整させていただきたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございました。

本日の会合はこれで終了させていただきます。どうもありがとうございました。