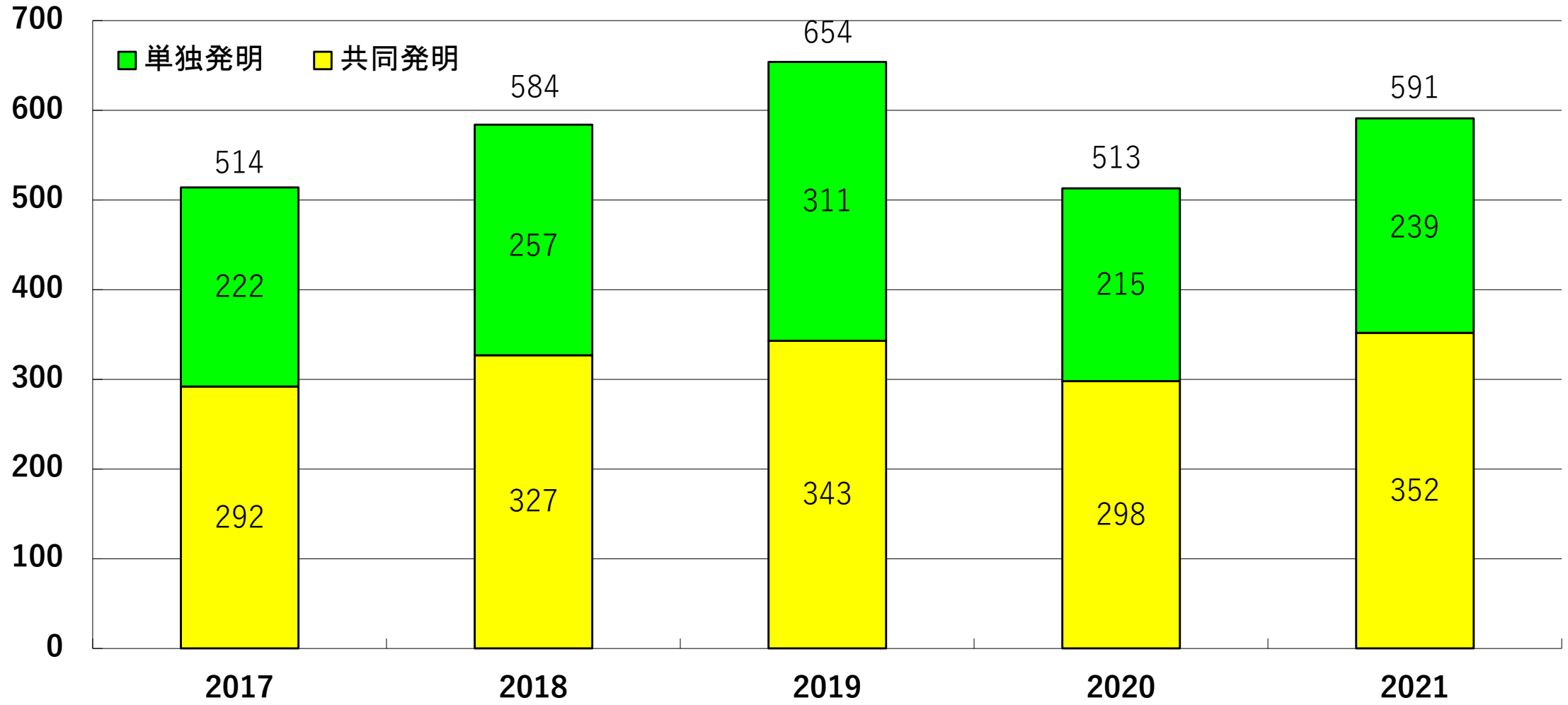


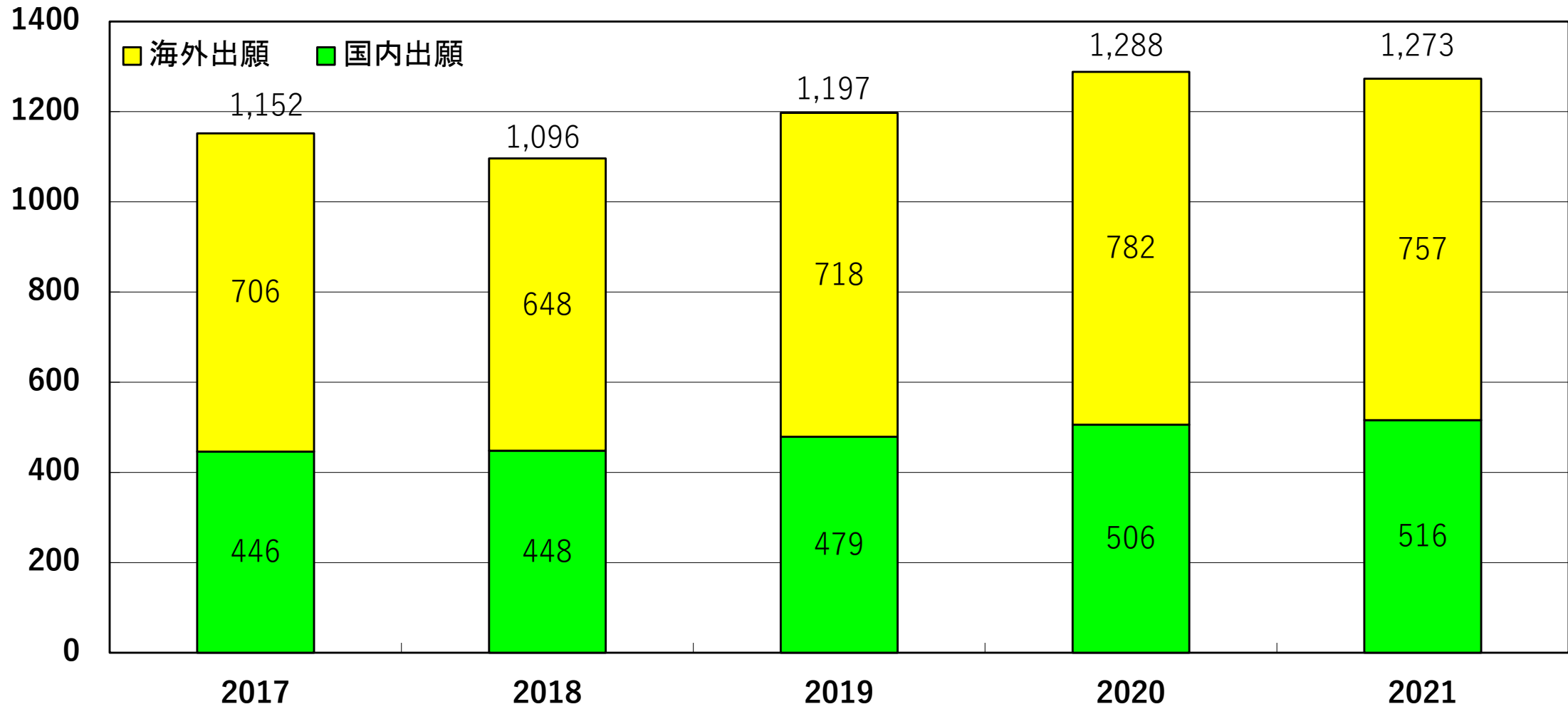
# 東大及びTLOにおける知財マネジメント

株式会社東京大学TLO  
東京大学エクステンション株式会社  
代表取締役社長  
東京大学副理事  
山本 貴史 RTTP

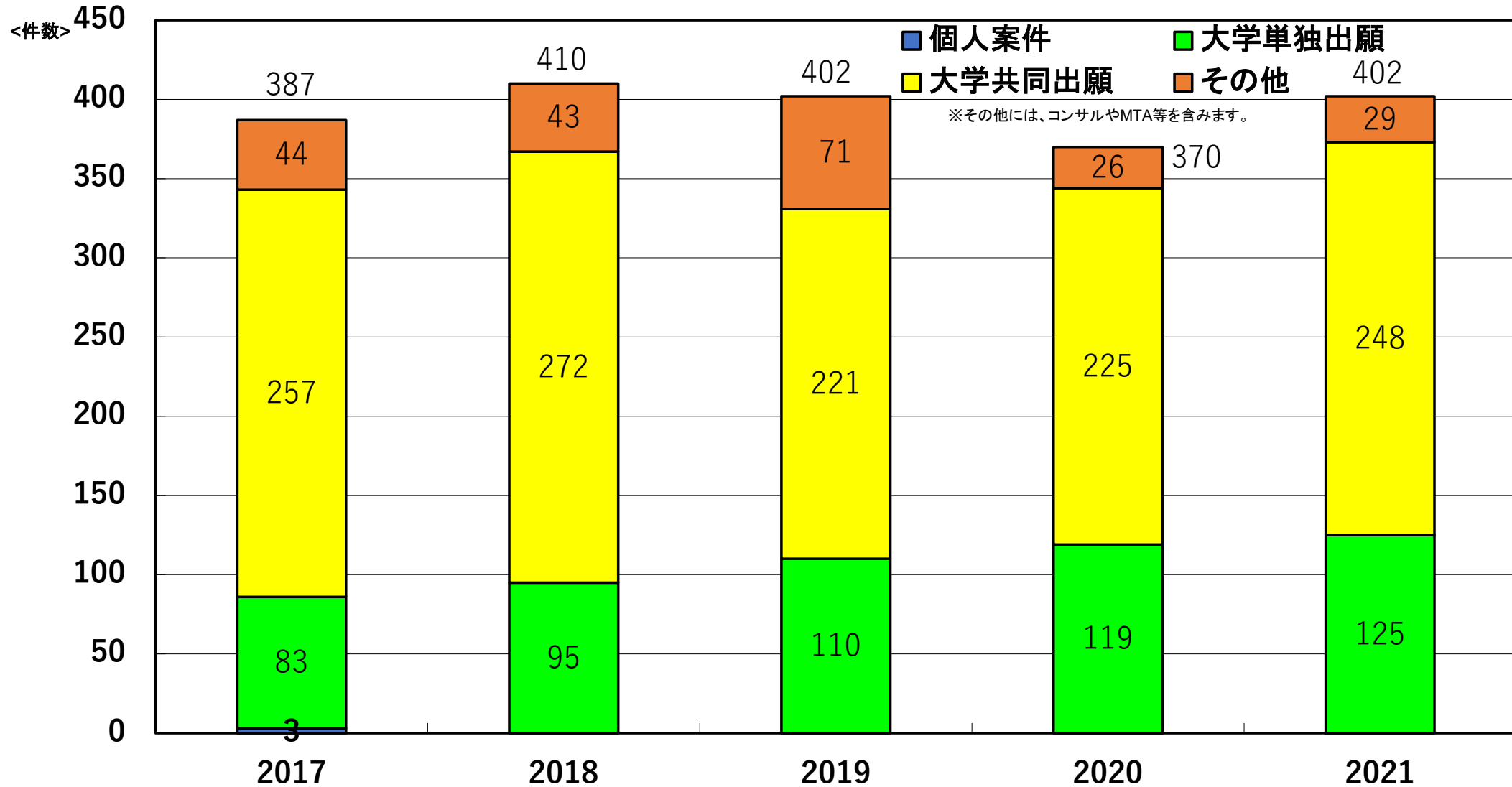
# 東京大学TLOにおける発明/著作物/ノウハウ届出受理件数



# 東京大学TLOにおける出願件数の推移



# 東京大学 T L O における契約件数の推移



# 東大における知財マネジメントフローと特徴

## 単独出願プロセス

発明届け

発明ヒヤリング

発明評価委員会 (NGの場合は次回再提出)

承継決定

出願依頼 (主に知財部から弁理士)

マーケティング・ライセンス  
(コーディネーター)

## 単独出願プロセス (東大)

発明届け (TLOからの開拓もあり)

発明ヒヤリング (研究室担当制)

プレマーケティング (TLO担当者)

発明評価 (TLO内Gミーティング GM決済)

承継推薦 (TLOから知財部 A4 1ページ)

承継決定 (知財部からTLO 1~2日)

出願依頼 (TLOから弁理士)

マーケティング・ライセンス (TLOから企業)

# 発明評価委員会の弊害

- 多くの大学では、知財部要員は発明評価委員会への資料作成に忙殺されており、マーケティングを行う余裕が無い。
- これは責任の所在を明確にしないプロセスであり、時間と機会のロスである。
- また、成功している大学は、約8割の労力をマーケティングにかけている。
- 責任の所在を明確化し、ヒヤリングからライセンスまでを一気通貫で行うことで、アソシエイト個人に情報が集約されノウハウが蓄積される。また、東京大学TLOでは、個人のスキル・ノウハウを共有しケイパビリティに昇華させるプログラムも有している。
- マーケティングを行う人材が承継評価を行うことで市場Needsが反映される。
- この際、プレマーケティングは有効である。
- 東京大学TLOでは、GM（グループマネージャー）に権限を委譲することで臨機応変且つ迅速な対応を実現している。発明承継・ターゲティング・ライセンス条件等々で社長決済は不要。
- 東大TLOでは、グループ間でも自由に同行依頼や相談が出来るシステム（私語奨励オフィス）
- 上司のスケジュールを自由に押さえる部下。
- 技術一覧等は原則作成しない。これを作る時間があったらマーケティングすべし。

# 東大とTLOの判断プロセスのPoint

- 最初の出願のハードルは低い。TLOからレコメンド⇨承継
- PCT・各国移行とプロセスが上がる度にTLOから知財部にレポートを行い承継を受けるシステムであるが、段階が上がるに従い、承継のハードルは上がるシステム
- つまり、TLOは早くライセンスを行えば、このハードルを避けることが出来るし、大学は出費を抑えることが出来るので、良い意味での緊張関係が健全なマネジメント体制となっている。

# 東京大学TLO = 機動力 × 顧客接点 × 情報発信力である！

- 設立以来の実績 (実質は2000年以降2022年3月末の実績)
- 総ライセンス件数 1,553件
- 総契約件数 (共願含む) 5,974件
- 総出願件数 17,042件
- 総ロイヤリティー収入額 115億7,000万円



# 知財を活用したSUへの新株予約権でのライセンススキーム

ライセンス対価としての新株予約権を考える



※ ベンチャーへのライセンス時における新株予約権の設定は、潤沢な資金を持たないベンチャーへのある種の支援策である。

# 全国の大学のロイヤリティー収入の推移

