


## Ⅱ-1. 社会的インパクト評価に関する調査研究 — 知財活動による地域振興事例 —

Research on social impact assessment · Case examples of regional promotion through intellectual property activities

 <b>キーワード</b>	社会的インパクト評価、SROI、知財活用アイデア全国大会
<b>Key Word</b>	Social Impact Evaluation, SROI, IP utilization student awards

### 1. 調査の目的

本調査研究では、社会的インパクト評価の取組について、先行する欧米の事例を調査分析するとともに、日本におけるケーススタディとして、「知財活用アイデア全国大会」の社会的インパクト評価の測定(F/S)を実践し、日本に適合しうる知財を活用した活動による地域振興の社会的インパクト評価のモデルを構築する。

### 2. 調査研究成果概要

#### (1) 調査の内容および方法

本調査研究は、「文献ウェブ調査」「ヒアリング調査」「研究会の運営」の3項目から構成される。

##### 1) 文献ウェブ調査

欧米における社会的インパクト評価の取組として、EU における第7次フレームワーク・プログラム(FP7)での社会イノベーションに関する実証研究や理論研究に関する「TEPSIE プロジェクト」や、アメリカにおける「コレクティブ・インパクト(Collective Impact:CI)」アプローチなどを取り上げた。

##### 2) ヒアリング調査

社会的インパクト評価や社会的イノベーション等に関する国内外における最近の関連動向や、地域振興や知財活用に役立つ教育活動の「見える化」における課題と国内で取り得る解決策の把握を目的として、伊藤健氏(NPO 法人 SROI ネットワーク・ジャパン・代表者)および露木真也子氏(県立広島大学経営専門職大学院(MBA) 准教授)にヒアリングを行った。

##### 3) 研究会の運営

社会的インパクト評価に関する日本のケーススタディとして、「知財活用アイデア全国大会」を取り上げた。社会的インパクト評価としては社会投資収益率(Social Return on Investment:SROI)をその一つとして採用し、調査分析等を研究会形式にて3回実施した。

#### < 知財活用アイデア全国大会の取組 >

「知財活用アイデア全国大会」は、各地域の大学生に大手企業等の開放特許を活用した商品アイデアを募集し、各地域の支援機関がサポートしてブラッシュアップを図り全国大会で競い合い、これまでの市場にない斬新な商品アイデアの創出を目指した取組である。

「知財活用アイデア全国大会」は“さいたまモデル”ともいわれ、商品開発を「特許を活用した商品アイデア+製造」に分離し、商品企画等の経験の少ない下請け型中小企業等を支援し、「地域経済の活性化:商品の販売による利益創出」を実現するシステムとして注目されている。また同時に、「知財活用アイデア全国大会」は、学生が開放特許を活用して商品を開発する活動であり、地域貢献、起業教育等の複合的な効果が期待されている。

#### (2) 主な調査結果

調査結果は多岐にわたるが、本稿では「知財活用アイデア全国大会」をケーススタディとした社会的インパクト評価の実施結果について紹介する。

### 1) 評価対象

SROIによる評価を実施する際には、評価対象範囲を明確化することが求められる。今回、評価対象とするのは、平成25年度から平成28年度の4年間に開催されたプログラムのうちの平成28年度分で、その中には学内、地区大会、全国大会及び商品開発に係る取組が含まれる。

### 2) ロジックモデル

研究会で各関係主体等が参加したワークショップを実施し、プログラムの目的、期待する効果等を抽出、整理した。プログラムの骨格としては以下のようなロジックモデルが得られた。

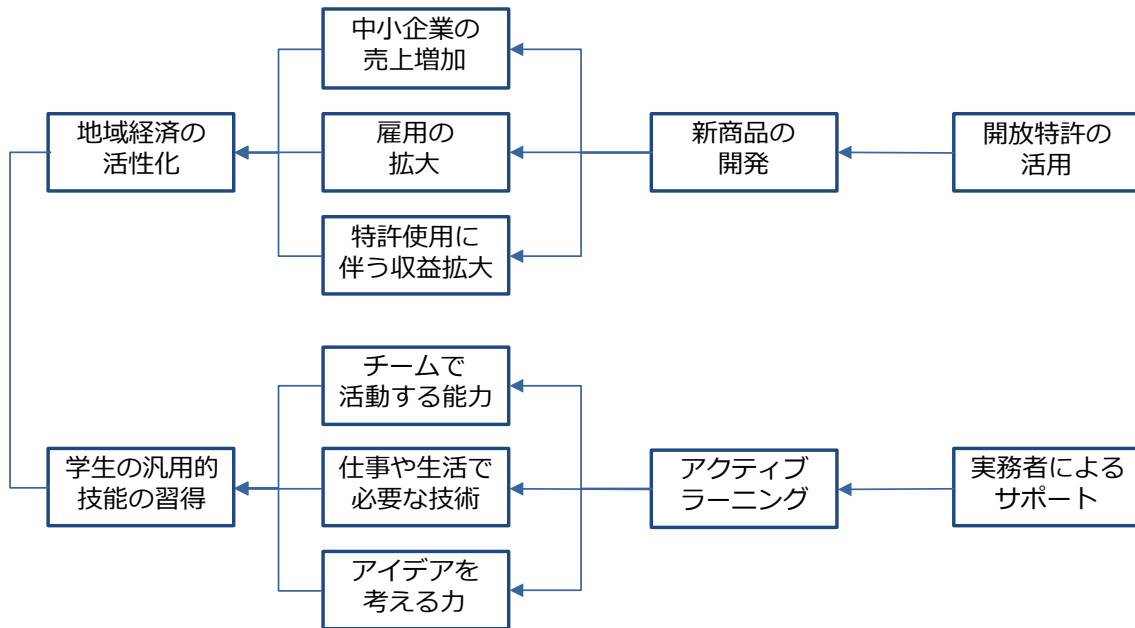


図 1: 知財活用アイデアプログラムのロジックモデル

### 3) アウトカムおよびインプット

上記のロジックモデルをもとに、アウトカムおよびインプットを次表のとおり作成した。

表 1: アウトカム

ステークホルダー	アウトカム	アウトカム指標	金銭換算指標案
学生	学問分野の知識の習得	知識を習得したと感ずる学生割合	支払い可能額×学生数
	チームで活動する能力	能力を獲得したと感ずる学生割合	
	今後、仕事や生活に必要な技術	技術を獲得したと感ずる学生割合	
	創造的なアイデアを考える力	能力を獲得したと感ずる学生割合	
	就職活動への効果	就職に有利に働いたと感ずる割合	
大学	入学志願者数の増加	入学志願者数増加分	志願者増加人数×授業料
	企業とのネットワーク構築	当該企業に就職した学生数	
	教員の指導力向上	指導力が向上したと感ずる教員数	教員数×研修等費用
中小企業 (商品開発)	商品販売に伴う売上の拡大	商品販売数	商品販売数×単価
	プロジェクト参加に伴う企業認知度の向上	メディア露出数	メディア露出数×広告費単価

顧客	商品による利便性向上	利便性向上を感じる割合	顧客数×代替商品の金額
支援機関	(金融機関) 商品開発に伴う融資の拡大	商品開発に伴う利子額	商品開発に伴う利子額
特許開放 企業・団体	特許使用に伴うロイヤリティ収入	ロイヤリティ収入増加分	ロイヤリティ収入増加分
	本業での収入増	本業での収入増加分	本業での収入増加分
	プロジェクト参加に伴う企業認知度の向上	メディア露出数	メディア露出数×広告費単価
関連企業	プロジェクト参加に伴う企業認知度の向上	メディア露出数	メディア露出数×広告費単価
行政	税収増	税収増加額	税収増加額

表 2:インプット

ステークホルダー	インプット	インプット指標
学生	経費	プログラムに投入した経費額
大学	教員人件費	プログラムに関わった人件費
	経費	プログラムに投入した経費額
中小企業 (商品開発)	人件費	プログラムに関わった人件費
	経費	プログラムに投入した経費額
実行委員会	人件費	プログラムに関わった人件費
	経費	学生交通費、会場費等合計額、HP等開設費用
行政	補助金	補助金額

#### 4)データの収集

インパクトマップの指標について必要なデータを、プログラムを受講した学生や支援機関へのアンケート、開放特許企業や大学(ゼミ担当教員)および実行委員会へのヒアリングを通じて収集した。

#### 5)SROIの算出

$$\text{アウトカムの金銭換算額} / \text{インプット額} = 46,723,420 \text{ 円} / 12,417,200 \text{ 円} = 3.76$$

### (3)評価結果のポイント

#### 1)全体の評価について

◆一定の社会経済的な価値は確認できた。

SROI=3.76との結果が得られ、SROIが1を超えており、インプットに対してそれ以上のアウトカムが得られたといえる。つまり、プログラムを通じて一定の社会経済的な価値を生み出していることは確認できた。

#### 2)教育効果について

◆一部教育効果は確認できた。

このプログラムは「中小企業の商品開発支援による地域経済の活性化」と「アクティブラーニングによる学生の汎用的技能の習得」の実現を目的としている。そこで、まず学生の教育面での効果を確認すると、5,337円であった。これは、他の項目と比較しても、またインプットの額と比較しても大きいとは言えず、効果は限定的であると言わざるを得ない。

◆教育効果については、汎用的技能の習得のみならず、キャリア教育の効果も確認できた。

学生の支払い意思額は低い水準であったものの、受講した学生のアンケート調査ではプログラム自体はおおむね高い評価だった。今回のプログラム内容はチームで商品アイデアを作るものであり、参加した学生は、チーム活動の方法論や楽しさ、難しさを体感できたことに対して評価が高くなっており、実社会での商品開発を模擬的に経験できたことが学生のニーズに合ったと考えられる。具体的には、チームで活動する能力を獲得したと感じる学生割合は86%、今後仕事等で必要になる技術を獲得したと感じる学生割合は54%、アイデアを創造する能力を獲得したと感じる学生割合54%であり、多くの学生が成長を感じていることがわかる。

さらに、今回のアンケートでは、チーム活動の方法論や楽しさ、難しさという汎用的技能の習得のみならず、学生の進路や働き方に対して強い影響を与えたことが確認できた。具体的には、学生へのアンケートによると、プログラムが進路に影響を与えたと感じた割合は半数であり、就職等に有利に働いたと感じた割合は6割に上っており、キャリア教育で大きな効果があったことが新たな発見であった。

### 3) 地域経済活性化効果について

◆現段階では地域経済活性化効果は確認できなかった。

現段階では、アイデアが実際に中小企業によって商品化、販売された事例は限られており、地域経済活性化面の効果は確認できなかった。

これは、商品化の対象となるのは、地区大会の優秀なアイデアに限られており、その絶対数が少ないとともに、プログラムでは商品化段階には定型がなく、支援機関の努力に委ねられている面があるためと考えられる。実際に、支援機関へのアンケートでも同様の問題意識が提示されており、ある支援機関からは「ビジネスプランから商品化に至る部分に課題が多く、難しい。」との指摘があり、商品化段階に苦慮していることが読み取れる。

ただし、地域経済活性化に関する効果はあくまでも現段階のものであり、一般的に商品販売の成果が出るまでには一定の時間を要することを考慮すれば、今後地域経済活性化の効果が生まれる可能性は考えられる。

◆地域のネットワーク形成の効果は確認できた。

支援機関のプログラムに対する評価は全体的に高い。支援機関は、学生の教育と共に、地域振興と地域のネットワーク拡充を目的として参加しているケースが多いが、地域の産官学金学の各団体が係るプログラム内容が評価されていると考えられる。このような地域内でのネットワーク形成が今回のアイデアに限らず新たなビジネスの芽につながる可能性は高く、将来的に地域経済活性化につながることは期待される。

### 4) その他の効果について

◆もっとも大きな効果は、開放特許の認知向上とプログラムのPRであった。

プログラムの最も大きな効果として確認されたのは、プログラムのPR効果であった。これは、プログラムが各種メディア等に大きく掲載されたことにより、プログラムが大学、学生、地域の支援機関や行政等から広く認知されたことである。(実際に、事務局からは、メディアの掲載により、各地域からプログラム導入の依頼があったとのコメントが聞かれた。)また、このようなPR効果は、プログラムの主旨でもある開放特許の活用についても認知が広まったと考えられ、今後開放特許の活用が広がるきっかけになったと期待できる。

◆事務局を構成する企業の本業に影響が見られた。

プログラムの実施により、事務局を構成する企業への波及的効果(プログラムを通じた本業での展開)も見られた。