資料４

東京大学TLOの活動について

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＝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2021年3月末の実績）
- 総ライセンス件数　1,422件
- 総契約件数（共願含む）　5,542件
- 総出願件数　15,718件
- 総ロイヤリティー収入額　106億8,900万円
- 共同研究マッチング件数　122件
- 共同研究マッチング総額　20億0,500万円

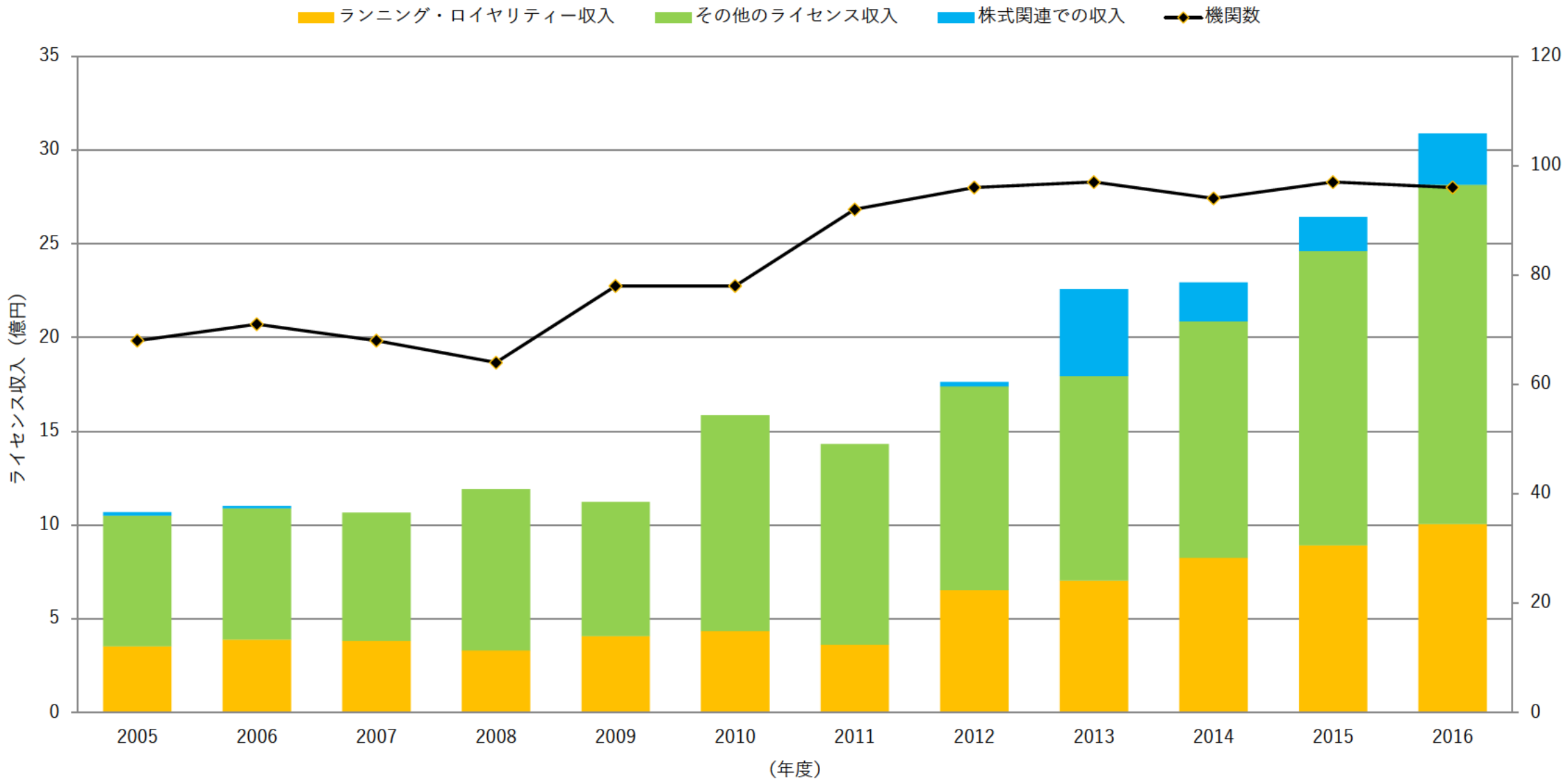
2021年上期のライセンスは、契約件数176件で、収入は 631,907千円

日本における産学連携の実態

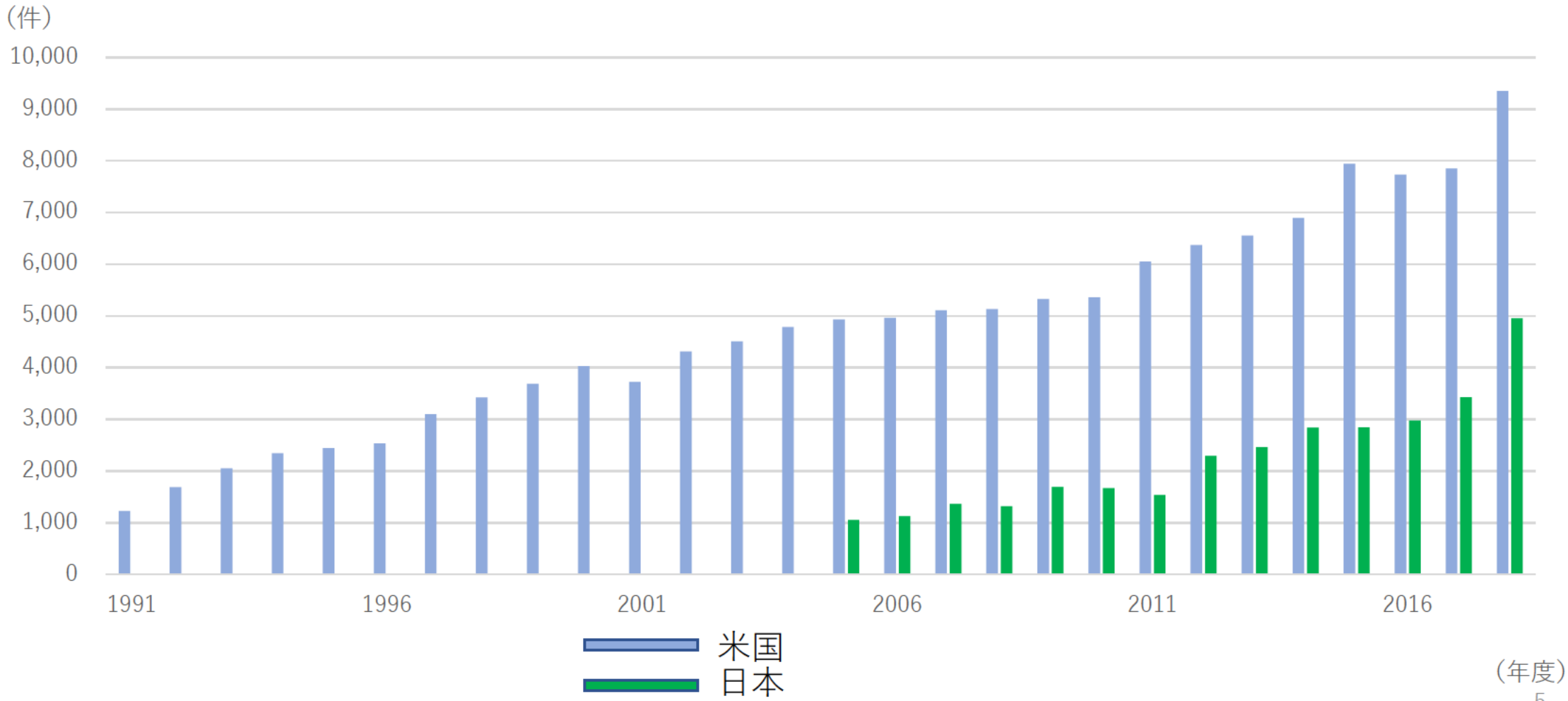
2018年度実績　UNITT大学技術移転サーベイより

発明届出件数	8,227件　（対前年　1.1%UP）
国内特許出願件数	6,595件　（対前年　0.3%UP）
国内・海外特許出願件数	9,529件　（対前年　1.1%UP）
新たに締結したライセンス契約件数	4,956件　（対前年　44.5%UP）
正味のライセンス収入	46億9千万円（対前年　39.6%UP）

全国の大学のロイヤリティー収入の推移



新規ライセンス件数　日米比較



革新的イノベーションの創出について

- TLOは単なるマッチングと捉えられがちであるが、単なるマッチングでは、革新的なイノベーションは生まれない。
- 必ずしも企業Needsから、革新的イノベーションが生まれるとは限らない。
- 従来、多くのイノベーションは”serendipity”に生まれている。
- よって大学の研究Seedsをいかに意図的にコマーシャライズするかがKeyとなる。
- かつて米国には、”Administrative model”、”Legal model”、” Marketing model”が存在した。現在は、 Marketing modelこそが主流となった。
- また、 Startup Ventureの起業支援も重要なファクターとなる。

東大TLOはマーケティングモデルに特化し基礎研究のコマーシャライズに専念している。

基礎研究のコマーシャライズをいかに進めるか

- Goalは特許出願や契約ではなく技術のコマーシャライズ
- 特許性 ＜ 市場性
- どうしても判断が困難な案件はとりあえずやってみる
- ヒヤリング段階からライセンスを意識したヒヤリングを実施
- 一番のPointは、どうやって技術が市場に出るかということをイマジネーションして事業化までの**シナリオ**を作成すること
- 企業のターゲティングは、①発明者の情報②特許③市場の情報から考える
- 企業の誰に会うかも重要なPoint
- 契約条件等は極力フレキシビリティを持って対応する

7

技術からのイマジネーション

技術の発展可能性のイマジネーション

事業化のシナリオ作成

プレーヤー・MVP・コスト・販路等

市場からのイマジネーション

競争優位のイマジネーション

製造･販売のイマジネーション

8

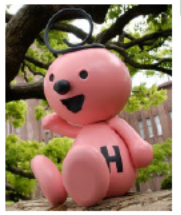
東大TLOのマネジメントの特徴

- ほとんどの権限はGMが持つ。（迅速かつフレキシブルな体制）
- メンバーは特許性と市場性を評価し大学に承継推薦を提案し、大学は2～3日で決定。発明評価委員会のようなものは存在しない。
- PCTや各国移行等資金がかかる度にTLOは大学にレポートを提出。
- 発明発掘～ライセンスまでを一気通貫で一人のアソシエイトが担当する。
- トップダウンではなくアメーバ型マネジメント。誰が誰に相談してもOKな環境で、「立ってるものは上司でも使え」という雰囲気。
- 私語厳禁の逆で私語奨励のオフィス環境と失敗を奨励する風土。
- 新卒採用中心で人材を育てる風土が定着　採用は最も重要。
- CICという成果を共有する会を1年に１回実施。
- CKPという何でも提案できる制度。

Our Team

社長　山本　貴史

外部アドバイザー



はつめい君

ライセンス・グループ

経理・財務

事業支援

リエゾン・グループ（共同出願マネージメント）

共同研究グループ

10

今後の野心的イノベーションに向けて

- 国プロは、護送船団方式から、競争優位を定めて競わせる方式に。
- 「橋渡し」と言っている時点でセンスが？
- 大手企業との連携よりベンチャーを中心に考えることが重要。
- 外部TLOを作れば良いということではない。マネジメントが重要。
- イノベーションを担う人材がイノベーティブでなければならないし、マネジメントも従来型では厳しい。
- 一気通貫のシステムが歴史的には成功している。責任の所在の明確化が重要。
- 海外も視野に入れたマーケティングが必要。
- 起業前の段階からビジネスモデル・チームビルディング等のディスカッションが重要。
- 常にアカデミアから「仕掛ける」というスタンスが必要。
- 人材登用が最も重要。