

## 論文要旨

経営学研究科  
経営学専攻修士課程  
国際経営コース  
伊藤 浩一

### 大学の企業的行動に関する考察 — 日米の大学における商標活用についての比較分析 —

近年、大学の変容が著しい。元来、大学は学術研究および教育の最高機関として、公共性を守りながら教育・研究を通じて社会貢献を果たしてきた組織と言える。しかしながら、大学をとりまく社会的・経済的環境の変化から、大学に対する市場の影響力が拡大し、1990年代以降アメリカでは、大学が企業のように行動する様子を「アカデミック・キャピタリズム (academic capitalism)」(Slaughter and Leslie, 1997; Slaughter and Rhoades, 2004) 「アカデミック・アントレプレナー」(上山, 2011) 「市場の中の大学 (universities in the marketplace)」(Bok, 2003) 等と呼び、大学経営に起こっている変化が指摘されるようになった。大学の企業的行動とは、非営利である高等教育機関が、市場において利潤追求のため資金を獲得する行為である。

本稿の目的は、大学の企業的行動の進展に着目し、従来あまり取り扱われることのなかった大学の保有する商標に焦点をあて、日米の大学における商標の活用の実態分析及び比較考察をすることにある。

第1節では、研究の背景及び既存の研究による問題点について指摘し、それらの内容を踏まえて本研究の目的を設定した。

第2節では、大学の企業的行動の背景要因を検討し、高等教育財政の縮小から、アメリカの大学が代替財源を求めざるを得ない状況にあること、かつバイドール法(大学及び中小企業特許手続法)の成立が、大学の所有する知的財産を商品化する道を開いたことを明らかにした。

第3節では、先行研究の整理・検討を行った。まず、国際比較におけるアメリカの高等教育システムと市場との関係性を考察し、アメリカにおいては、市場が大学の行動に大きな影響を与えていることを明らかにした。次に、大学の企業的行動に関する研究では、産学連携、技術移転等の科学研究をきっかけとして、大学が関与する様々な活動(研究・教育・スポーツ等)から利益を得ようとする行為が確認された。そして、大学の商標に関する研究では、大学が商標の権利化を積極的に進めていることから、商標を活用する環境を整えていることが示唆された。そして、大学が権利化した商標をどのように管理活用をし、ライセンス事業を運営しているのかについては明らかにされていないことを指摘し、本研究の課題を設定した。

第4節では、本稿の研究対象である商標に関連して、アメリカの商標制度及びアメリカ

の商標ライセンスビジネス市場を概観した。

第 5 節では、日米の大学における商標の管理活用の実態を把握するため、アメリカの 10 大学に対しては質問票による調査、日本の 4 大学に対してはインタビュー調査をそれぞれ実施し、分析を行った。具体的には、登録商標の件数・種類、商標の管理体制、ライセンス事業の取り組みについて調査を実施した。

第 6 節では、日米の大学に対する調査結果に基づき比較考察を行い、以下の点が明らかとなった。まず 1 つ目は、日米の大学ともに、商標の権利化を数・種類において積極的に進めており、登録商標を保有することの重要性を認識していた。2 つ目は、アメリカの大学においては、商標を利用するためのルール整備、組織体制が整備されており、商標の戦略的な活用に向けての取り組みがなされていた。一方、日本の大学においては、商標を活用する環境はある程度整備されていたものの、主に管理を中心とした運用であり、戦略的に商標を活用するための取り組みはほとんどみられなかった。3 つ目は、アメリカの大学では、大学専門ライセンスエージェントの採用と併せて、ライセンス事業から安定した売り上げを生み出す仕組み作り（能力別ライセンス契約、販売チャンネルの多角化等）が行われていた。日本の大学では、主に商標を大学の知名度向上・認知度向上の目的で活用しており、営利目的を前提とせず、無償での利用に限定されていた。4 つ目は、アメリカの大学のみには当てはまることであるが、商標ライセンス事業を収入源としてだけでなく、大学の価値を向上させる方法として認識していたことである。

最後に、今後もさらに大学の企業的行動の進展が予想されるなかで、**Porter and Kramer (2011)** が提唱した「共通価値」の創出という観点から、大学の商標の活用と大学の社会貢献の両立について考察を行った。

なお本稿は、従来取り上げたことのない大学の保有する商標に焦点を当て、日米の大学における商標の取り組みの実態を解明した点で、意義のあるものと考えられる。しかしながら、サンプルが偏っていたこと（アメリカの場合は州立大学が多く、日本の場合は私立大学のみが対象となった）、及びサンプル数が十分得られなかったことにも課題が残された。また、商標を活用したライセンス事業は、ライセンスを与える側である大学、ライセンスを受ける側である企業、およびそれらを支援するライセンスエージェントの 3 者の関係性の中で成立しているため、多面的な側面から研究することが今後の課題である。