

## 産学連携で開発した製品における大学名表示に関する考察

○秋丸 国広（愛媛大学 社会連携推進機構） akimaru.kunihiro.mu@ehime-u.ac.jp

### 1. はじめに

地域貢献・社会貢献を目的として地域の企業と連携した商品開発が盛んに行われるようになってきた。一方で、国立大学では、企業と共同研究を積極的に進める意識は強いものの、製品開発や商品開発は大学の役割ではないとの考えがあり、企業による製品 PR において大学名表記に消極的な場合がある。その理由として、製造責任を負うことを避ける、商品事故が発生した場合に大学の信用度が低下するということもある。

愛媛大学では、地域企業との共同研究で、製品化に至った事例が近年増加している。本発表では、製品化事例それぞれにおいて、大学名称がどのように使用されているかについて、情報を整理し、課題について検討した結果を報告する。

### 2. 調査概要

愛媛大学において平成 26 年度以降に製品化された実用化事例について、製品パッケージや商品を紹介するホームページ等において、大学名がどのように表示されているかを調べた。実用化事例は、文部科学省産学官連携実績報告における調査票（愛媛大学社会連携推進機構に所属する産学連携コーディネーター10名による産学連携活動報告に基づく）から抽出した。過去 5 年間においては平成 26 年度 0 製品、平成 27 年度 5 製品、平成 28 年度 2 製品、平成 29 年度 2 製品、平成 30 年度 5 製品、合計 14 件であった（うち 1 件については、同時に 4 製品が販売開始となったが、同一素材を使った加工品であり、その製品群として 1 件として扱った）。3 件を除く 11 件は飲食品であった。共同研究を実施した案件は 10 件、受託研究を実施した案件は 1 件、特許等のライセンスは 10 件で、14 件すべての商品においていずれかの契約が交わされていた。商品パッケージ等で大学名を表示したものは 10 件で、その大学名表示内訳は、「共同研究」3 件、「共同開発」5 件、「教授推薦」1 件、「大学監修」1 件であった。商品ラベルやパッケージに学章・ブランドマーク・ロゴタイプを使用したものが 5 件あり、これらは「愛媛大学学章等に関する規程」に従い、企業から「愛媛大学学章等使用許可願」の申請がなされ、許可を得たものであった。「愛媛大学学章等に関する規程」では、「本学の学章は、本学が許可するものを除き営利目的に使用してはならない。」と定められているが、平成 27 年に製品化された 1 例においては、「営利目的の使用であるが、産学連携活動の成果としての製品化」であり、ブランドマーク・ロゴタイプの使用が認められた。なお、学章・ブランドマーク・ロゴタイプの使用に関しては、「愛媛大学ビジュアルアイデンティティシステムマニュアル」に示されている使用方法のルールを逸脱した例はなかった。

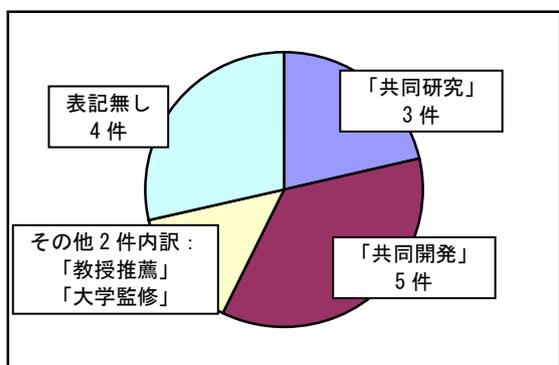


図 1. 大学名表示の内容  
商品パッケージ・ラベル、商品チラシ、商品紹介 HP での表示内容

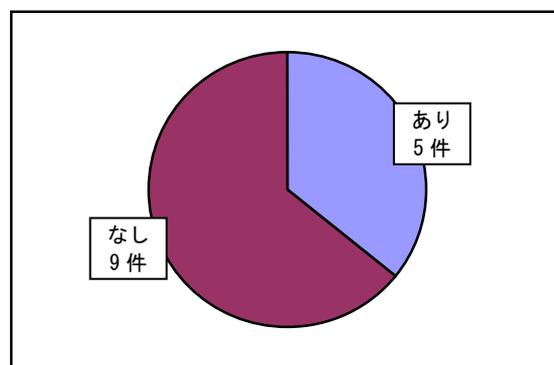


図 2. ブランドマーク使用の有無  
商品パッケージ・ラベル、商品チラシ、商品紹介 HP でブランドマーク・ロゴタイプ使用の有無

愛媛大学では、大学名を表記した製品化事例が増えてきたこと、今後も増え続けるであろうことから、消費者等に誇大又は誤ったメッセージが伝わることを避け、事実のみを正確に表示できるようにするための最低限度のルールを示す必要があるとの認識が強まり、産学連携表示についてのガイドラインを作成した（「愛媛大学における産学連携で生まれた商品の包装やカタログ等への産学連携表示についてのガイドライン」平成31年3月28日）。そのポイントは、以下の事項である：

- ・産学連携の実績、事実があること（共同研究・受託研究の実績、学術指導の実施、ライセンス契約等）
- ・大学が製造責任を負う部分が基本的にないこと（「共同開発」等の文言は、製造物責任に及ぶ可能性があり適切でない）
- ・社会的に不適切な表示がないこと、事実誤認が生じる可能性がないこと
- ・非公開の実験データ等を掲載していないこと
- ・愛媛大学教職員の顔写真、イラストや映像等を掲載することは避けた方がよい
- ・表示の可否については、「産学連携表示専門委員会」にて検討した結果を踏まえ、産学連携推進センター長が判断する（学章やブランドマークの使用については、別途総務部への許可申請が必要）

ガイドライン制定後、産学連携表示検討委員会に6件申請があった（令和1年9月末時点）。うち1件において、「共同開発した」等の表現があり、「愛媛大学の技術シーズを基に開発しています」と修正したうえで表示許可となったが、その他においてはガイドラインに沿った表示であると判断された。なお、従来産学連携コーディネーターがマッチング等で関与した案件及びライセンス契約を伴う案件のみを実用化実績としていたが、ガイドライン制定により、製品化事例を明確に把握ができるようになった。また、大学商標の有償活用が法的に可能になったこともあり、より一層産学連携活動におけるリスクマネジメントが求められるため、ガイドライン等の制定は極めて重要である。

文部科学省平成30年度「産学官連携リスクマネジメントモデル事業」において、新たなリスクへの対応として「研究成果の宣伝利用」について報告があった。そのリスクマネジメントのポイントは、①担当部署の明確化、②学内方針の検討、規定や内規等による対応、③宣伝利用の対象範囲の設定、④共同研究契約書等における記載、⑤企業情報の収集・把握、⑥研究者への啓発、である。本学ではガイドラインの整備とともに担当部署の明確化、対象範囲の設定は検討したところであるが、学内周知の徹底や学生が参画して製品開発に取り組む場合の対応等は今後の課題である。引き続き、産学連携リスクマネジメントに取り組む必要がある。

製品化における大学名表示は、一般消費者へ与える印象と事故発生時の責任訴求を考えると、適切に組織的リスクマネジメントが行われなければならない。製品パッケージや製品PRチラシ等に大学名を表示することが求められたら、表示の目的、表示の内容、大学との連携状況などを確認すべきである。さらに、研究開発の労力、研究資金に見合う経費の受入、成功報酬の設定が重要である。技術移転が適切であるが、特定できる新規技術・ノウハウを伴わない場合もあるので、学術指導等の契約で進めるのも一つの手段と思われる。

### 3. まとめ

愛媛大学においては大学名表示に関するガイドラインを制定し、産学連携活動の成果として製品化に至った場合の製品ラベル・パッケージや製品広告チラシでの大学名表示のルール作りができた。表示を希望する企業からの表示に関する許可申請がなされ、適切な表示を行うことが浸透しつつある。しかしながら、今後の課題も残っており、引き続きリスクマネジメントについて検討と適切な取り組みの実施が必要である。また、他大学におけるルール制定とマネジメントなどについて調査を行い、それらと比較することで本学の課題などについて明確にする必要がある。