



社会課題解決のための

1・2・3

どの山に、どう登るかは、自ら決める

# I-OPEN LEARNING GUIDE

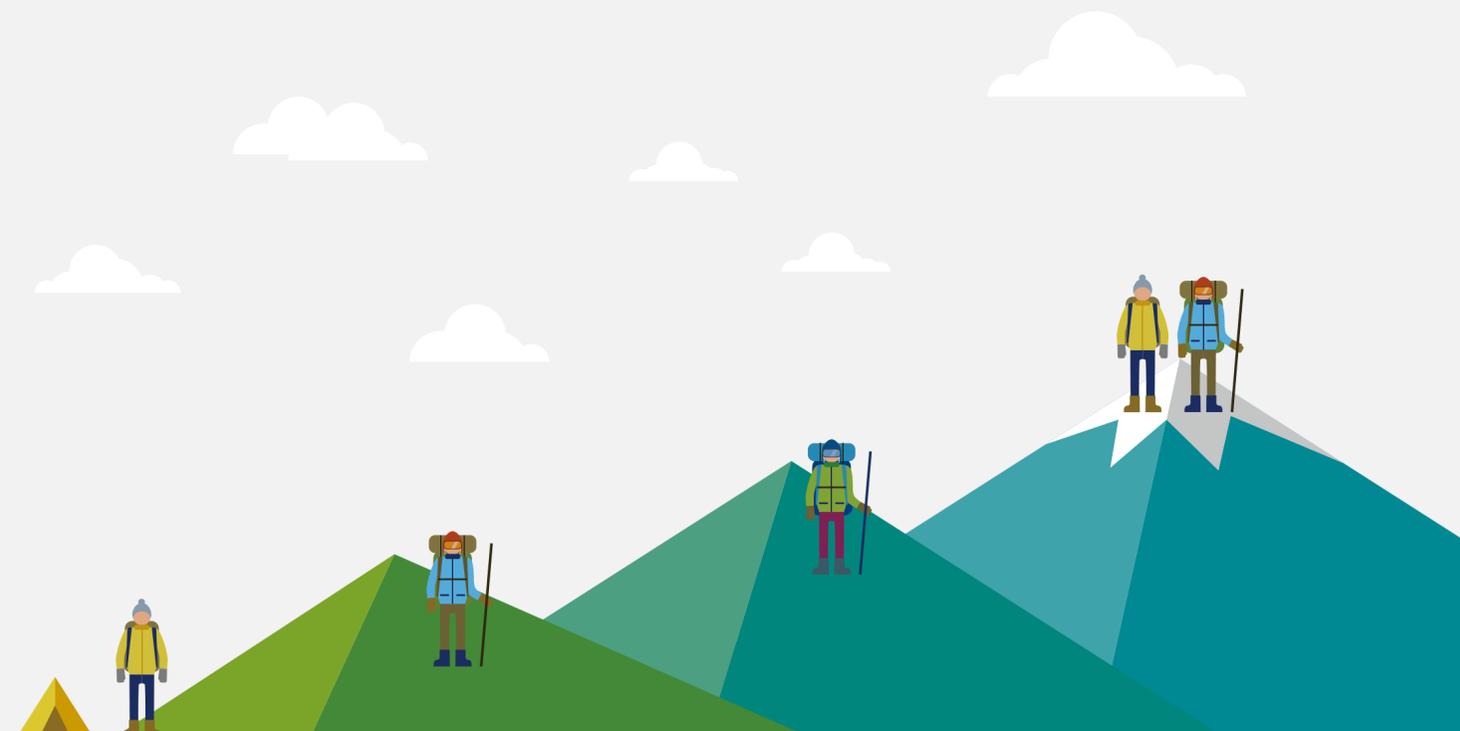


I-OPEN PROJECT  
by Japan Patent Office

2024年3月改訂  
発行元：特許庁 I-OPEN プロジェクト

編集・制作  
ソニーグループ株式会社 クリエイティブセンター /  
ソニーデザインコンサルティング株式会社

本誌掲載の写真、記事の無断転載を禁じます。  
Copyright©2022 I-OPEN PROJECT All rights reserved.



# 目次



はじめに

## I-OPEN に参加される方へ

鮫島 正洋

弁護士法人内田・鮫島法律事務所  
ファウンダー・弁護士

04

## STEP 0

### 想いの整理

～ありたい姿を描く～

#### ありたい姿を描く

九法 崇雄

株式会社 KESIKI  
パートナー

05

#### 想いの見える化 経営デザインシート

近藤 泰祐

知的財産教育協会 事業部長  
日本知財学会 経営デザイン分科会 代表幹事

07

#### 想いを価値として届ける

江下 就介

ソニーデザインコンサルティング  
チーフデザインコンサルタント

09

## STEP 1

### アイデアの具現化

～自らを見つめ直す～

#### 想いを整え、アイデアの発想へ

田中 美帆

株式会社 cocoroé  
ソーシャルデザイン・プロデューサー

11

#### ブランドと商標

五味 和泰

cotobox 株式会社 代表取締役 CEO  
Authense 弁護士法人 代表弁護士

13

## STEP 2

### アイデアの実践

～これからの価値を考える～

#### 知財の権利化準備

押谷 昌宗

弁護士法人 IPX  
代表弁護士 CEO

15

#### 見極めるプロトタイピング

志水 新

特定非営利活動法人 Policy Garage  
理事・デザイナー

17

#### 海外出願 ～意匠商標特許&ブランディング～

森岡 智昭

さくらパートナーズ IP アソシエイツ弁護士事務所 パートナー  
アルヴァリンク弁護士法人 代表弁護士  
アルヴァリンクグループ株式会社 取締役士

19

## STEP 3

### 社会価値の共創

～使いこなす術を身につける～

#### 知的資産価値と知財ライセンス

西村 公芳

ジーベック国際特許事務所  
所長 弁護士・弁護士

21

#### 動画とファンづくり

岡本 俊太郎

株式会社 Vook  
代表取締役

23

#### 資金調達の際に求められる観点

陶山 祐司

株式会社 Zebras and Company  
代表取締役・共同創業者

25

#### コア価値(知財・無形資産)による共創

菊地 修

HR ガバナンス・リーダーズ株式会社  
知財ガバナンス研究会  
知財・無形資産 経営者フォーラム

27

#### コミュニケーションデザイン

福原寛重

ソニーデザインコンサルティング  
チーフデザインコンサルタント

29



# I-OPEN

## 目次

- ① I-OPENER になりたいと思っている方に対して、メッセージ
- ② I-OPEN と社会課題の解決
- ③ 社会課題解決において、難しい点とは
- ④ 知財に関係する人はどんな人？
- ⑤ 社会解決と知財の活用
- ⑥ 個人や小規模事業者にとっての知財
- ⑦ I-OPENER とファン、コミュニティの関係性
- ⑧ I-OPENER に対して、専門家・支援者側の心構え

## Profile

弁護士法人内田・鮫島法律事務所  
 ファウンダー・弁護士

**鮫島 正洋**

自身がモデルとなった「下町ロケット」に登場する正義の弁護士・神谷に倣い、専らスタートアップ等、事業規模の小さい当事者の視点にて、オープンイノベーション案件や知財戦略のアドバイザーを担当してきた。

それは、社会において新たな価値を創出・実装する活動そのものであり、i-openプロジェクトの趣旨に通じるものである。





目次

- ① 今、ビジネスに「想い」が必要な理由
- ② 企業の想い=パーパス
- ③ パーパス策定のための4つのステップ
  - STEP1 「らしさ」を洗い出す
  - STEP2 「関係」をマッピングする
  - STEP3 「未来」を妄想する
  - STEP4 「想い」を言語化する
- ④ 想いを叶える企業になるために

Profile

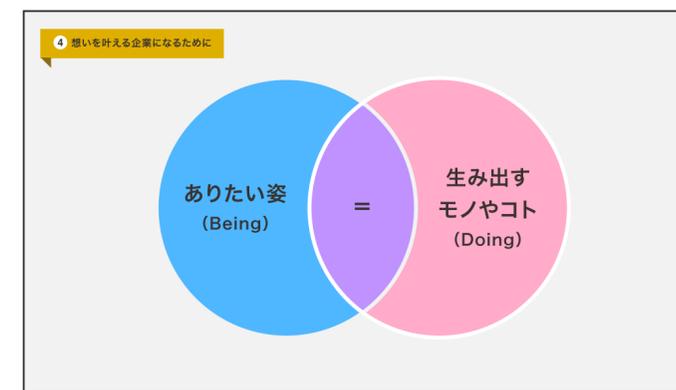
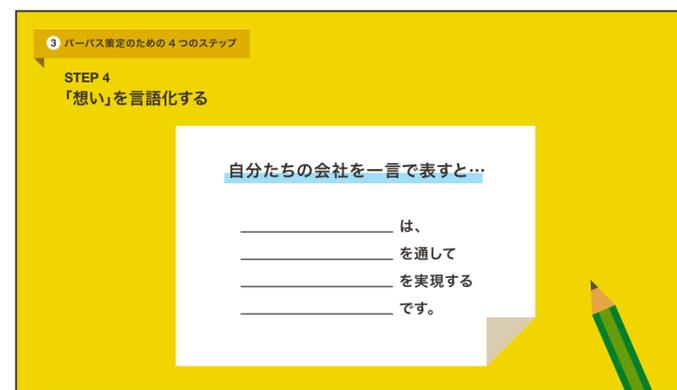
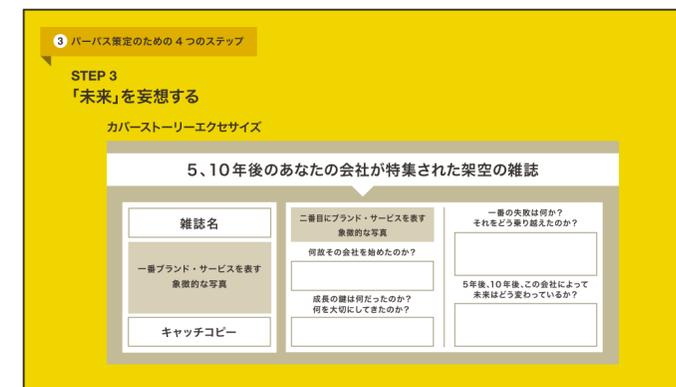
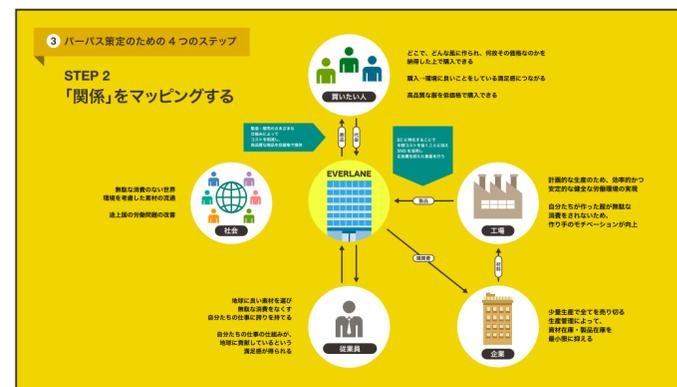
株式会社 KESIKI  
パートナー

九法 崇雄

1979年、鹿児島県生まれ。  
一橋大学商学部卒業後、NTTコミュニケーションズを経て、編集者に。  
「PRESIDENT」副編集長、「Forbes JAPAN」編集次長兼ウェブ編集長などを務め、国内外の起業家やクリエイターを数多く取材。  
「世界を変えるデザイナー39」「30 under 30 JAPAN」「SMALL GIANTS AWARD」などを立ち上げる。2019年、デザイン・ディレクターの石川俊祐らとともに、KESIKI設立。  
ブランディングやナラティブデザイン、コミュニティデザインを手がけ、特許庁をはじめ、多くの企業や組織のパーパスやミッション、ビジョン、バリューの策定に携わる。



チラッと中身ご紹介





## 目次

- ① 経営デザインシートとは？
- ② 活用時例
- ③ 使いこなしのポイント
- ④ まとめ

## Profile

一般財団法人知的財産研究教育財団 知的財産教育協会 事業部長  
日本知財学会 経営デザイン分科会 代表幹事

## 近藤 泰祐

岡山大学法学部卒業、金沢工業大学大学院イノベーションマネジメント研究科修了(MBA)  
1996年大手通信教育企業に入社。主にアセスメントサービスの企画・編集、学力調査等に携わる。2003年より、知的財産教育協会の設立、知的財産検定の創設に参画。副事務局長、事務局長と歴任し、2008年の国家検定(知的財産管理技能検定)への移行に携わる。国家検定への移行後は、現職として、検定試験の普及・運営、知的財産管理技能士会の運営、知的財産アナリスト認定講座等の人材育成事業を担当。経営デザインシートの公表後、内閣府と連携し、その普及活動に取り組み、企業支援(主に新価値創造の領域)にも携わる。価値創造をテーマとした講座の講師も務める。



©Noham Ando / Uzabase, Inc.

## チラッと中身ご紹介

社会課題解決は  
ひとりの力では難しい

多くのステークホルダに共感してもらい  
力を結集する必要がある

経営デザインシートとは  
経営デザインシートとは  
将来を構想するための思考補助ツール

環境変化に耐え抜くためには長期ビジョンが重要

環境変化を見据え、  
自社や事業の「これまで」の理解に基づき  
「これから」を構想

内閣府の知的財産戦略本部に設置された  
「知財のビジネス価値評価検討タスクフォース」が2018年に公表

想いを言語化し  
伝えるためのツール

内閣府が2018年に公表した  
「経営デザインシート」

経営デザインシートとは  
ありたい姿からバックキャストして未来を手に入れる

ありたい姿による目標設定  
これまでに囚われない  
「自らしさ」  
から導く未来の姿

未来起点の  
バックキャスト

過去 現在 なりゆきの未来

加速する環境の変化

経営デザインシートとは 経営デザインシート<事業が一つの企業用>

まとめ

想いを伝え仲間を増やすために大切なこと。

1. 想いを伝える相手との相互理解
2. 想いを言葉にする
3. どうやって実現するのかを示す
4. たくさんのステークホルダーと対話する  
(未来のステークホルダーを意識しよう)



## 目次

- ① 提供価値の解像度を上げる
- ② 提供価値の繋がりを見える化する
- ③ 提供価値のならではの感を明確にする
- ④ 知財視点でアドバイスをもらう
- ⑤ まとめ: 想いを価値として届けるために

## Profile

ソニーデザインコンサルティング株式会社  
シニアデザインコンサルタント

## 江下 就介

ソニー株式会社入社後、クリエイティブセンターにてインタラクティブ デザインを中心としたデザイン開発業務及び、戦略担当プロデューサー として、企業内デザイン部門の活用施策、デザイン戦略立案業務、新規 事業提案プロジェクトに携わる。美術大学での准教授、ヘルスケア製品企業のデザイン部門マネジメント職を経て、2017年にソニー株式会社 に再入社。2020年4月より現職。現在はデザインコンサルティング事業を展開するソニーデザインコンサルティング株式会社において、デザインの効用論を基にした、デザインマネジメント/デザイン教育プログラムの開発に従事。iF Design Award、Red Dot Design Award、グッドデザイン賞など受賞。



## チラッと中身ご紹介

「提供価値」を  
ひとことと言えますか？



ありたい姿への想いを込め  
「提供価値」の「ならではの」を際立たせることで  
共感される価値の提供に繋げる

提供価値の特定

商品及び役務といった区分の視点からの精査

区分とは：  
商標を使う対象となる、商品やサービスを分類したカテゴリーのことです。出願に際して、この区分を指定する必要があり、複数の区分(類)を指定することもできます。

指定商品及び指定役務とは：  
商標法で定義されているもので、商標登録出願を行う際、どの「商品又は役務(サービス)」で商標権を取得するのかを指定する必要があります。

まとめ

ありたい姿への想いを価値として届ける

1. 提供価値の解像度を上げる
2. 提供価値の繋がりを見える化する
3. 提供価値のならではの感を明確にする



目次

- ① I-OPEN 全体プロセスについて
- ② 思いからアイデアへの接続方法
- ③ まとめ

Profile

株式会社 cocoroé  
ソーシャルデザイン・プロデューサー

田中 美帆

1999年 Royal College of Art 修士号取得。2010年株式会社cocoroé設立。  
対話・共感・協業を織り混ぜ、縦割り社会の壁を溶かすことで社会課題解決の手がかりとなる、共創プラットフォームのプロデュースを行っている。  
歩行者の交通安全を推進する警視庁×市民による「みんなま会議」高校生がキュレーターとなりアーティストと共創する「びゅーVIEWビュー展」Z世代によるまちづくりビジョンレポート「2100年フツウのまち」震ヶ関のデザインリテラシー向上を目的とした「美大生×官僚共創デザインラボ」などを手掛ける。

多摩美術大学、東京工業大学EDP、横浜国立大学YCCS 非常勤講師。

<https://www.cocoroee.co.jp>



チラッと中身ご紹介





## 目次

- 1 ブランドと商標
- 2 ネーミングの考え方
- 3 商標とは
- 4 まとめ

## Profile

cotobox 株式会社 代表取締役 CEO  
Authense 弁理士法人 代表弁理士

## 五味 和泰

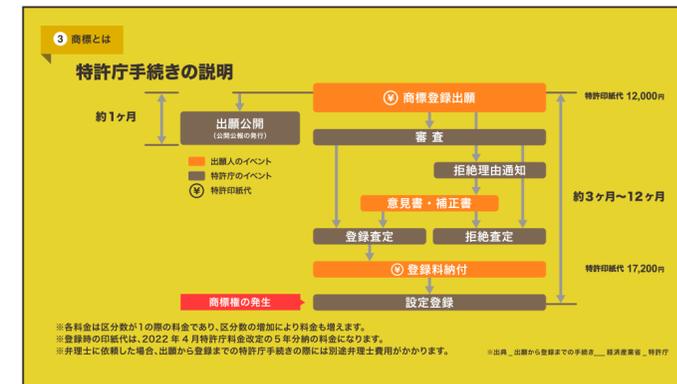
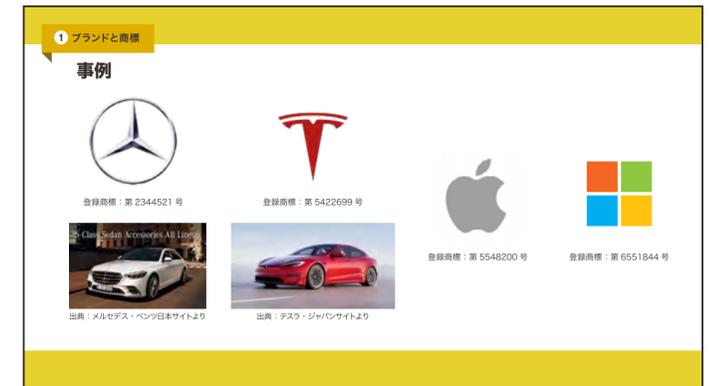
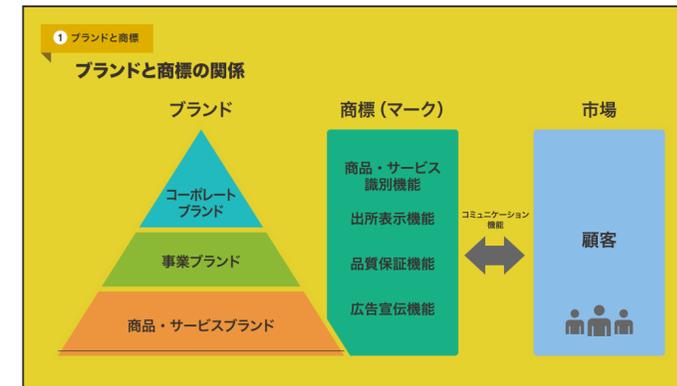
早稲田大学 理工学部機械工学科卒。2009年4月弁理士登録。  
2015年、南カリフォルニア大学 (USC) のロースクール留学から帰国後、はつな知財事務所 (現 Authense 弁理士法人) を設立。  
2016年にcotobox株式会社を創業。2017年にサービスを開始したオンライン商標登録サービス「Cotobox」は、経済産業省のグレーゾーン解消制度を利用し、知財DXビジネスモデルの先駆けとなる。2022年、特許庁の第3回「IP BASE AWARD」エコシステム部門奨励賞を受賞。

著書として、「リーガルテックと非弁行為、グレーゾーン解消制度の利用」(パテント 2021年2月号)。

サイト: <https://ip.cotobox.com/>



## チラッと中身ご紹介



### 4 まとめ

ブランドは事業において重要である  
ブランドになり得るネーミングは適切に考える  
ネーミングやロゴを法的に保護するには  
商標登録が必要である



## 目次

- ① 市場の拡大
- ② 共創するときの留意事項
- ③ 独自アイデアと共創アイデアの整理  
Background IP / Foreground IP
- ④ 共同出願の留意事項
- ⑤ まとめ

## Profile

弁理士法人 IPX  
代表弁理士 CEO

押谷 昌宗

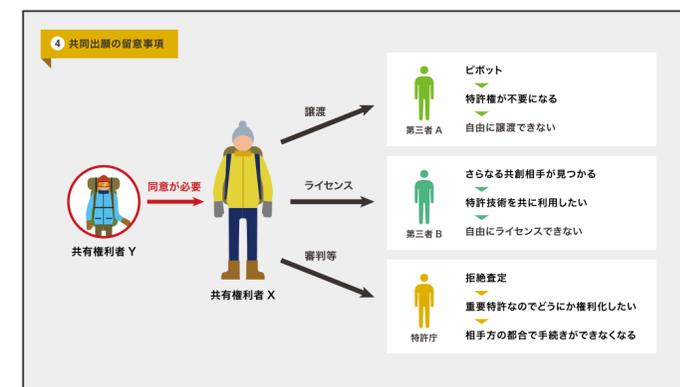
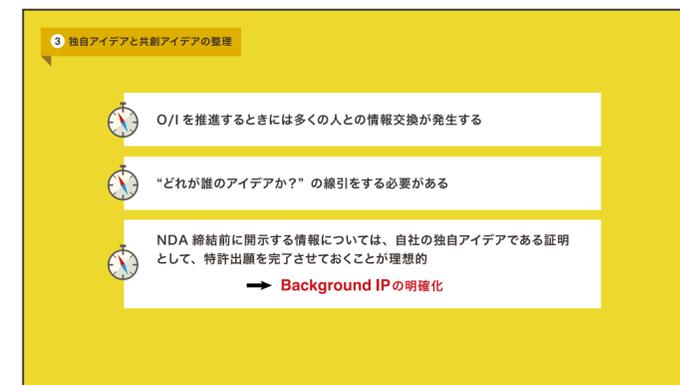
企業知財部で様々な業務を経験した後、特許事務所に移り、多くの外国案件を経験した。ドイツ留学を経て独立。IT系の案件を多く扱い、特にビジネスモデル、UI/UXを得意とする。知財部時代に鍛えた「発明抽出／創造力」を強みとし、クライアントの状況に応じた柔軟なアドバイスを得意とする。

2020年には『第1回「IP BASE AWARD」知財専門家部門 奨励賞』を受賞。さらに、『令和元年改正意匠法の解説および新たに保護される意匠の実践的活用テクニックの紹介』を経済産業調査会出版から出版した。

毎週木曜日にライブ配信しているYouTubeチャンネル『知財実務オンライン』を運営。



## チラッと中身ご紹介





## 目次

- ① Start-up Phase
- ② Prototype for Three Lends
- ③ Feasibility ( 技術的実現可能性 )
- ④ Desirability ( 人々のニーズ )
- ⑤ Message

## Profile

特定非営利活動法人 Policy Garage  
理事・デザイナー

志水 新



デザイナー・研究者。

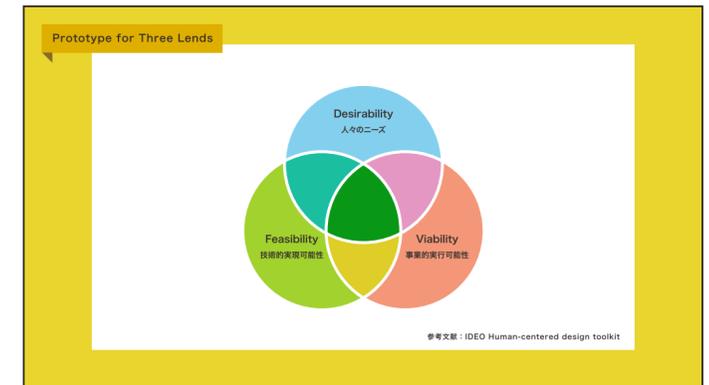
特定非営利活動法人PolicyGarageの理事・デザイナー。

民間のコンサルティングファーム、行政組織でもデザイナーとして活動中。

福祉や公共領域に対するデザインに関心があり、東京都立大学大学院修士課程では人々を支援するデジタル福祉機器を研究。米国ニューヨークにあるParsons DESIS Lab (Design for Social Innovation and Sustainability Lab) では、客員研究員として「デザイナーが公共やソーシャルイノベーションに貢献する方法」について研究。

スタートアップや大企業、大学やソーシャルセクターなど、様々な組織での経験を活かし、ソーシャルベンチャーや地方自治体へのデザイン支援、中高生・大学・自治体の方々に対する講義なども担当。

## チラッと中身ご紹介



**Message**

アイデアは、カタチになり、顧客に使われて初めて価値を発揮し始めます。同時に、課題の選定が甘かったり、解決策が機能していない事実などを学ぶことができます。ぜひ、公開・共有されているあらゆる部品やツール、マニュアルを駆使して、自らの手でプロトタイプを開発してみてください。



目次

- 1 ビジネスと知的財産
- 2 課題解決をグローバルに考える
- 3 知財権の保護は各国ごと
- 4 海外で知的財産権を取得する
- 5 まとめ

Profile

さくらパートナーズ IP アソシエイツ弁理士事務所 パートナー  
アルヴァリンク弁理士法人 代表弁理士  
アルヴァリンクグループ株式会社 取締役

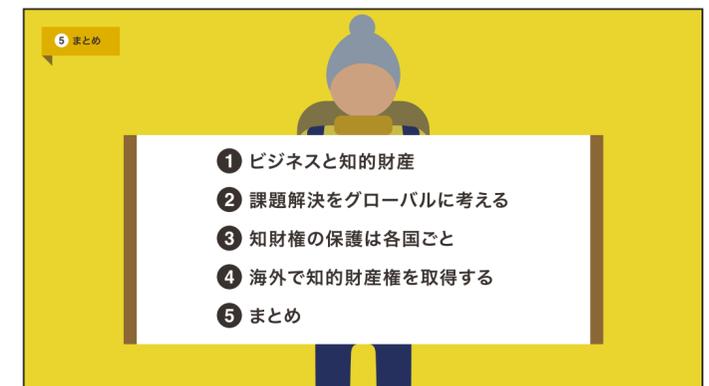
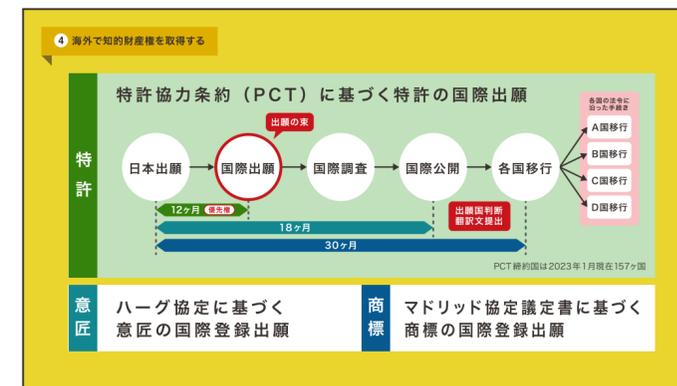
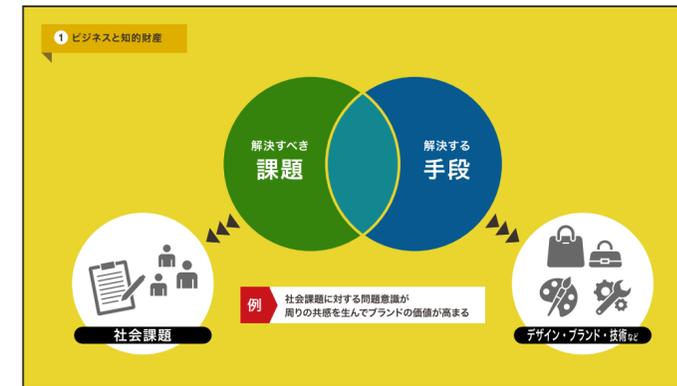
森岡 智昭



大学院修了後、研究開発の現場を経て、2001年から株式会社豊田中央研究所の知的財産部門でモビリティを中心とする幅広い技術分野の知財戦略等に従事。2009年弁理士登録。2020年弁理士事務所を設立し、大企業から中小・スタートアップ企業まで幅広く知財戦略を支援。2022年アルヴァリンク弁理士法人設立。

【略歴】  
1997年 名古屋大学理学部物理学科 卒業  
1999年 東京大学大学院工学系研究科 修了  
1999-2000年 住友金属工業株式会社 研究開発部門  
2001-2020年 株式会社豊田中央研究所 知的財産部門  
2020年 IPアソシエイツ弁理士事務所 設立  
2022年 アルヴァリンク弁理士法人 設立

チラッと中身ご紹介







## 目次

- ① なぜ動画が大切なのか
- ② 圧倒的な成長を遂げる動画市場
- ③ どんなチャンスがあるのか
- ④ どんなことに気をつければいいのか
- ⑤ 動画をどう活用するか？

## Profile

株式会社 Vook  
代表取締役

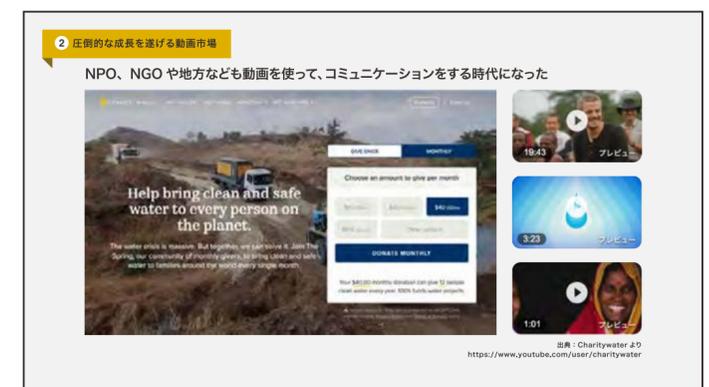
岡本 俊太郎

1988年生まれ。  
上智大学経済学部卒業。  
大学在学時代、学生団体『adoir(アドワール)』を立ち上げる。  
映像コンテスト『学生CM甲子園』を主宰。  
2016年に映像tipsサイト『Vook(ヴック)』を立ち上げ。  
現在月間30万人の映像クリエイターが使う日本最大級のサービスまで成長させる。

<http://vook.vc/s.okamoto@vook.co.jp>



## チラッと中身ご紹介





## 目次

- 1 資金調達にまつわる、よくある誤解
- 2 資金調達の基本的な考え方
- 3 具体的な資金調達方法
- 4 まとめ

## Profile

株式会社 Zebras and Company  
代表取締役・共同創業者

陶山 祐司

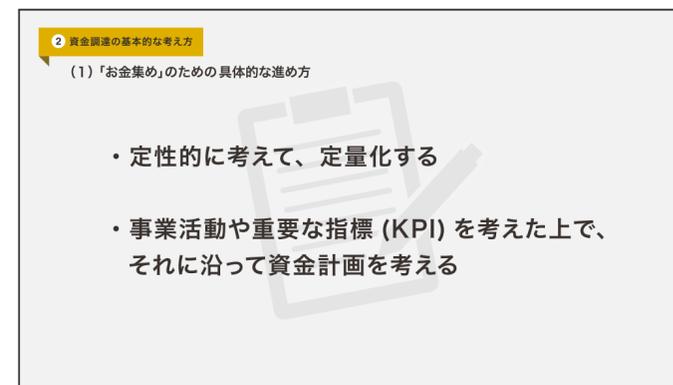
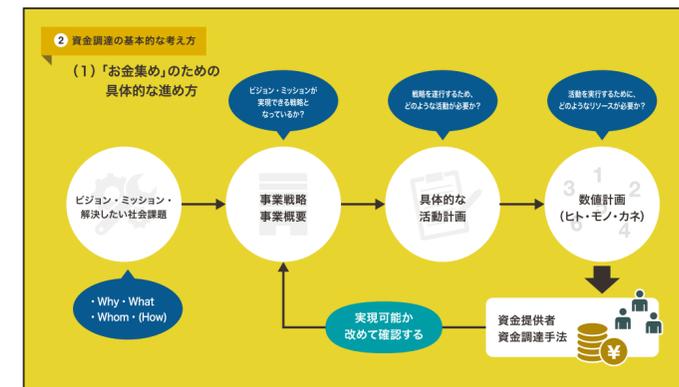


(1)社会課題解決と事業成長の両立、(2)株主のみならずステークホルダー全体への貢献、(3)短期的な時価総額向上よりも長期的な価値創出拡大を行う「ゼブラ企業」の普及拡大に取り組む。元々は経産省で3.11を踏まえたエネルギー政策見直し、電機メーカーの競争力強化を担当。その後、VC/新規事業のコンサルタントとして、100億超の資金調達をした宇宙開発ベンチャーやIoTベンチャーの事業戦略策定、資金調達、サービス開発、営業の支援や政策提言等を実施。

2018年に独立し、SIIF(社会変革推進財団)におけるインパクト投資の促進や、ガバナメント・リレーションズの普及に従事。

2019年にゼブラ企業の普及促進に取り組むTokyo Zebras Uniteを共同創設、2021年にZebras and Companyを共同創業。

## チラッと中身ご紹介



3 具体的な資金調達方法 同じ出資でも、お金の出し手の期待値は様々

	VC / ユニコーン型投資	ゼブラ型投資
目的	収益の最大化	社会的インパクトとステークホルダーの幸福の最大化と経済性の両立
時間軸	3-5年	5年以上(投資先の事業による)
求める経営姿勢	独占・差別化による利益向上	相利共生による市場の拡大
リターン目標	投資額の10-15倍	投資額の1-8倍
投資家の利益創出	上場 / M&A	上場 / M&A を前提としない (LIFETIME / アフターリンクス・無償譲渡・Exit to Community Etc.)
ガバナンス	議決権を持つ投資家の意向が強い(但し投資家による)	起業家をはじめとしたステークホルダーのアライメント重視





## 目次

- 1 今の姿とありたい姿を可視化し、整理しよう
- 2 ありたい姿を実現する成長ストーリーを描こう
- 3 成長ストーリーを価値創造プロセスで実現しよう
- 4 創り出した価値を発信し、社会で活用しよう
- 5 まとめ

## Profile

HR ガバナンス・リーダーズ株式会社 知財ガバナンス研究会  
知財・無形資産 経営者フォーラム 戦略法務・ガバナンス研究会

## 菊地 修

東芝で産業機器、コンピュータ・システム等の知的財産部長を歴任後、知的財産部知的財産権法部長に就任し、東芝グループの知財法務を統括。スマートフォンのプラットフォーム構築を目指してACCESSに転職し、知財・IT/DX戦略を統括。その後スマートフォンによる近距離通信事業を起業した上で、ナブテスコに参画し理事 R&Dセンター長兼知的財産部長としてIP ランドスケープを駆使し事業のコア価値を獲得・強化する知財経営戦略と研究開発・事業創造を指導。現在、日本企業に持続的成長と企業価値創造を実現する「知財・無形資産ガバナンス」を浸透させ、「知財で日本を元気に」する活動を展開中。(内閣府・経済産業省 知財投資・活用戦略の有効な開示及びガバナンスに関する検討会委員)

URL/知財ガバナンス研究会<https://www.hrgl.jp/service/ipgovernance/>



## チラッと中身ご紹介

まずは、ご質問です。

- ◆皆さんが実現したい想いは、どのようなものでしょうか？
- ◆それを実現するためには、なにが必要になると、お考えでしょうか？
- ◆このうちで、皆さんが、現在、持っているものは、どのようなものでしょうか？

事業ビジョンとは

ビジョンとは

「将来のあるべき姿を描いたもの。  
将来の見通し。未来図。未来像」 (大辞林)

1. 自分たちが心から達成したいと願っている未来の姿
2. その実現が「社会の夢」として多くの人々を引き付けるもの
3. 自分たちの信念と未来への追求に基づいているもの

ビジョンを、成長ストーリーを描いて、実現しよう



日本企業を持続的に成長させ、企業価値を高めるため、2015年に、コーポレートガバナンス・コード (CGC) が制定されました

コーポレートガバナンス (CG) とは、

会社のオーナーである株主など、ステークホルダーの利益を最大化するように、**企業経営を、取締役会が監督して、経営者が執行するシステム**です。

このシステムを実現するために、コーポレートガバナンス・コードでは、

企業が、経営の透明性や公正性を高めて、**持続的な成長や企業価値の向上**を実現するために、以下の原則に基づき、取り組むべき事項を規定しています。

- ◆ 基本原則1：株主の権利・平等性の確保
- ◆ 基本原則2：株主以外のステークホルダーとの適切な協働
- ◆ 基本原則3：適切な情報開示と透明性の確保
- ◆ 基本原則4：取締役会等の責務
- ◆ 基本原則5：株主との対話

コーポレートガバナンス・コード (CG) では、知財・無形資産について、どのようなことが規定されているのでしょうか？ (2021年改訂)

CG コード	<p>第3章 適切な情報開示と透明性の確保 【原則3-1. 情報開示の充実】 補充原則 3-1③</p> <p>上場会社は、経営戦略の開示に当たって、自社のサステナビリティについての取組みを適切に開示すべきである。</p> <p>また、人的資本や知的財産への投資等についても、自社の経営戦略・経営課題との整合性を意識しつつわかりやすく具体的に情報を開示・提供すべきである。</p>	<p>第4章 取締役会等の責務 【原則4-2. 取締役会の役割・責務】 補充原則 4-2②</p> <p>取締役会は、中長期的な企業価値の向上の観点から、自社のサステナビリティを巡る取組みについて基本的な方針を策定すべきである。</p> <p>また、人的資本・知的財産への投資等の重要性に鑑み、これらをはじめとする経営資源の配分や、事業ポートフォリオに関する戦略の実行が、企業の持続的な成長に資する、実効的に監督を行うべきである。</p>
	<p>ポイント</p> <p>会社は、経営や事業の戦略として、知財・無形資産の投資・活用に取り組み、その実行を取締役会で実効的に監督し、具体的に情報を開示・提供すること。</p>	

まとめ

- 1 今の姿とありたい姿を可視化し、整理しよう  
★事業ビジョンの実現に向けて、「コア価値(現在・未来)」を分析・探索
- 2 ありたい姿を実現する成長ストーリーを描こう  
★「目的-手段分析」により、ビジョンの実現に必要な活動テーマを可視化
- 3 成長ストーリーを価値創造プロセスで実現しよう  
★「企図する因果パス」で「価値創造プロセス」に、「コア価値」をビルドイン
- 4 創り出した価値を発信し、社会で活用しよう  
★コア価値を通じて、「オープンイノベーション」を実行し、共に成長しよう



## 目次

- ① どちらが良いか？
- ② 視点の獲得
- ③ 最も伝えたいことは何か？
- ④ さらに深め共有する
- ⑤ 5つのアクション

## Profile

ソニーデザインコンサルティング株式会社  
チーフデザインコンサルタント / クリエイティブディレクター

**福原 寛重**

ウォークマンやブラビアのロゴなどを手がけた他、Sony Ericsson や SRE Holdings など多くの事業立ち上げに従事。モノタイプ社との協業で93言語対応のソニーグループのコーポレートタイプフェイスである SST®フォントを開発。ソニークリエイティブセンターのチーフアートディレクターを経て、現在デザインコンサルティング事業立ち上げに従事。ソニーコンピュータサイエンス研究所にも所属し、ブロックチェーン関連のビジネス開発中。ブロックチェーン関連特許を複数取得。経済産業省主催「始動 Next Innovator」2018、2019年度メンター。iF Design Award、Red Dot Design Award、Pentawards、グッドデザイン賞、SDA賞など多数受賞。2018年シンギュラリティ大学エグゼクティブプログラムを修了。



## チラッと中身ご紹介

コミュニケーションデザイン  
≠ ビジュアルデザイン

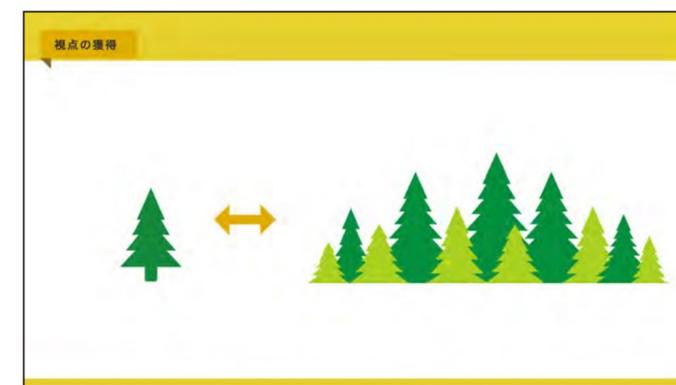
コミュニケーションデザインにとって、ビジュアルデザインは二次的な成果です

視点の獲得

判断基準の例

個人の好み	それぞれの人が持つ個人的な趣味や趣向
目的や役割	使いやすい、たくさん運ぶ、安い、堅牢、軽い 目的や、役割がある程度ははっきりしていること
提供する相手	自分ではなく提供する相手の状態、役目、年齢 など、ターゲットの立場に立った視点

伝えたいメッセージを  
一貫性をもって伝える



どちらが良いか？

サンふじ  
甘い、酸味  
しゃりしゃり

王林  
香り高い、甘い  
ほくほく

5つのアクション

1. 大切にしていることを議論してください
2. キーワードをいくつか決めてください
3. その言葉の意味を文章にしてみてください
4. 最も重要なことを決めてください
5. 伝えたい相手に重要なことを伝えてください

# I-OPEN DIALOGUE

I-OPEN PROJECTでの活動を振り返りながら、  
I-OPENERの過去と現在、未来を深掘りするダイアログ



I-OPEN DIALOGUE #1

## まほうのだがしや チロル堂 × I-OPEN

I-OPENER

吉田 タカシ + 石田慶子  
+ 坂本大祐

SUPPORTER

弁護士法人内田・岐島法律事務所 弁護士

市橋 景子



I-OPEN DIALOGUE #3

## Synflux × I-OPEN

I-OPENER

Synflux株式会社 代表取締役社長

川崎 和也

SUPPORTER

株式会社KESIKI パートナー 弁護士法人IPX 代表弁護士CEO

九法 崇雄

押谷 昌宗



I-OPEN DIALOGUE #2

## はるひ × I-OPEN

I-OPENER

株式会社メディセプト 代表取締役社長

柳田 頼人

SUPPORTER

株式会社AI Samurai 弁護士法人白坂 弁護士

白坂 一



I-OPEN DIALOGUE #4

## Rings Care × I-OPEN

I-OPENER

NOTICE

大平 智祉緒

SUPPORTER

国際ファッション専門職大学 教授

菅 万希子

