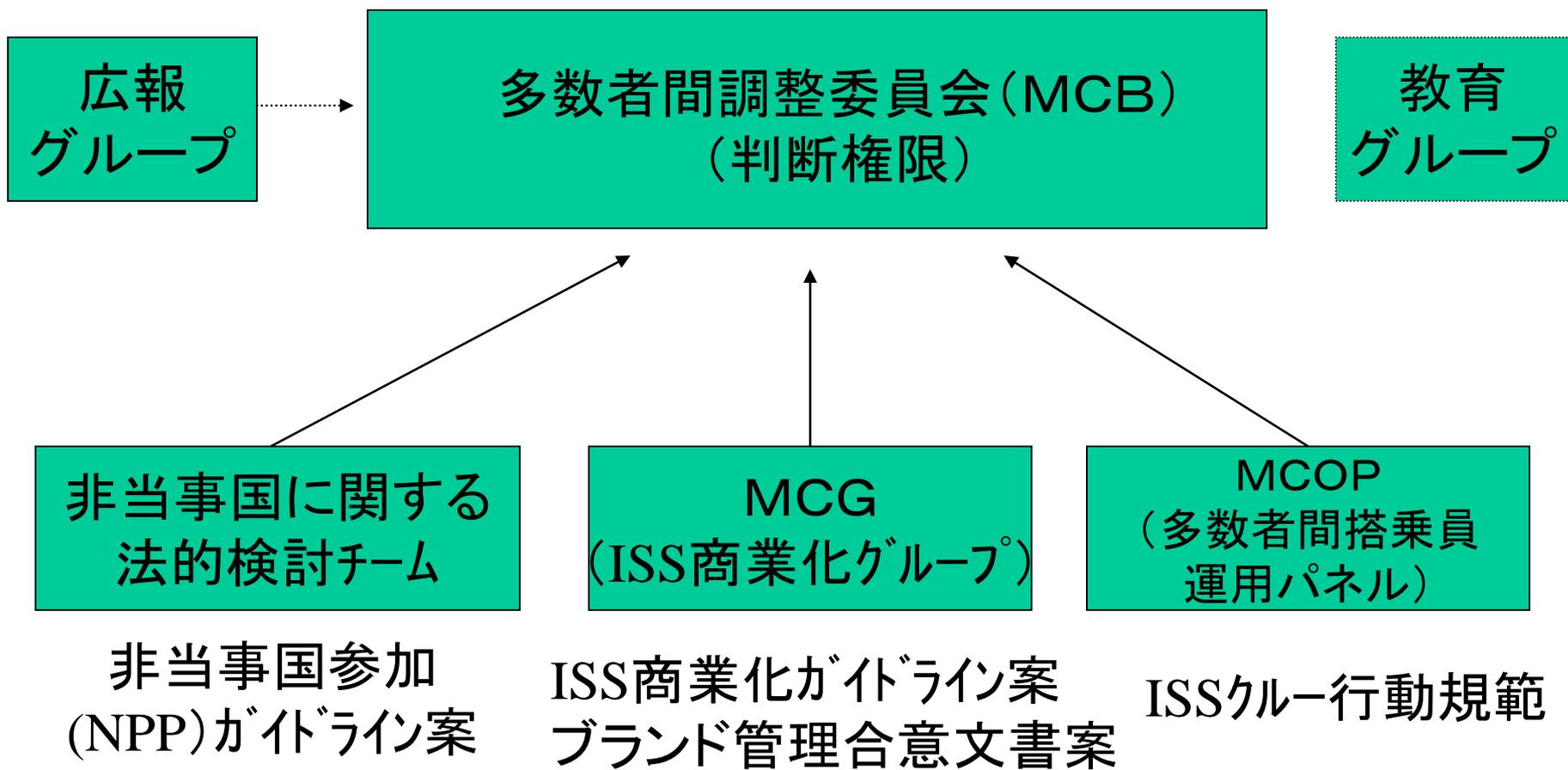


月基地事業のエコシステムへの
ISSのLessons Learned
～MCGでのISSブランド化検討～

2018年3月4日

水野 素子

ISS商業利用ケースの調整枠組み (MCG/ISS商業化ガイドライン検討当時/2003年頃)



関連ガイドラインと課題

○NPPガイドライン(未完)

非当事国参加の調整手続き。刑事裁判権問題が難問
→有人探査は国家管轄権調整が必然。

○ISS商業化ガイドライン(最終案は作成したが未完)

商業利用の一般原則(禁止事項等)を定める。個別利用と「ISSブランド管理」の棲み分けも課題。

○ISSクルー行動規範(宇宙飛行士・民間宇宙旅行がキー)

ISSクルーの行動ルールを定める。職業クルーは個人的な利潤を目的とする活動は原則禁止。旅行者は選考基準も別(クルークライテリア)

ISS国際ブランド管理の主要課題

～オリンピックのスポンサー事業がモデル～

- 5パートナーの合意文書作成(国家レベル)
- 管理組織・メカニズムの整理
- 国際ブランド管理と国内ブランド管理の統合的管理
- 宇宙機関ロゴ・ISSロゴ、クルーのイメージ(肖像権の問題)の商業利用ルール策定
- ロゴの商標登録及び侵害への対策
- ビジネスプラン(スポンサーメリットパッケージの整理、費用・収益モデル、販売枠組み(代理店) & ルール構築、プロモーション企画等)の作成

MCGのLL

- 事業の設計時から利用制度の検討が必要
- 政府事業ブランド化は、収益よりも日常的なPR効果(理解増進)
- 「餅は餅屋」の民間連携・アウトソースが賢明(広報、ビジネスモデル形成)
- 有人宇宙活動は、政府レベル調整が不可欠(国家主権)