

「知的財産推進計画 2011」骨子（案）

I 時代の大きな変化と知財イノベーションの必要性

1. グローバル・ネットワーク時代の到来とダイナミックな世界の変化
2. 日本の危機と新たなチャンス
3. グローバル・ネットワーク時代の知的財産戦略（知財イノベーション）

II グローバル・ネットワーク時代の新たな挑戦を支える4つの知的財産戦略

1. 国際標準化のステージアップ戦略
2. 知財イノベーション競争戦略
3. 最先端デジタル・ネットワーク戦略
4. クールジャパン戦略

III 4戦略実施の工程表（附表）

<参考> 知的財産推進計画 2010 の実施状況

I 時代の大きな変化と知財イノベーションの必要性

1. グローバル・ネットワーク時代の到来とダイナミックな世界の変化

世界はダイナミックに変化している。地球温暖化をはじめとする地球環境問題、水・食料・資源・エネルギーに関する制約の顕在化、貧困の拡大など、各国と協調・協力して取り組むべき世界規模の諸課題が深刻化している。また、世界経済や国際政治において、中国、インドなど巨大市場を擁する新興国の影響力が増している。加えて、世界の多極化とともに、情報、資金、物、技術、人が、より自由に素早く往来するようになり、これまで基本的には各国内でストーリーが完結していたのに対し、ボーダーレス化が本格的に進み、国境を超えてシームレスに世界がつながる、いわば「グローバル・ネットワーク時代」が到来している。

そこでは、高速なコミュニケーションを可能とするデジタル・ネットワークで連結されたグローバル市場での競争の激化や消費者ニーズの速い変化が起こり、従来以上のスピードでのイノベーション実現が求められるようになってきている。同時に、世界的なイノベーション・システムが「オープン」、「グローバル」、「フラット」なものへと構造変化してきている。90年代以降のデジタル・ネットワークの指数級数的な進化はとどまるところを知らず、更なるイノベーションとビジネスチャンスを生み出し続けている。研究開発や商品開発に必要な能力及び要素を広く外部から調達し、迅速かつ効果的なイノベーションを世界規模で目指す「グローバル・イノベーション」が世界の潮流となってきている。戦後の日本の産業は、垂直統合型のチーム力・組織力を最大限に発揮して、品質価格比で圧倒的な競争力を磨いてきたが、グローバル・ネットワーク時代に到り、従来のやり方の修正を余儀なくされている。ボーダーレスな企業間連携が重視され、製品やサービスの多様な組合せを通じて革新的なライフスタイルを総合的に提案できるか否かが鍵となり、その基盤となるグローバル・ネットワーク形成を巡る覇権競争が着実に進行している。

こうした情勢変化に伴って、知的財産マネジメントも格段に進化し、更なる進化と質的な飛躍が求められている。従来のように研究開発の成果を守るために事後的に特許を確保するにとどまらず、世界的な合従連衡を効果的に進める国際標準化や、デザインやブランドの価値を高める意匠・商標の確保、敢えて権利化しないノウハウ秘匿を含む、より高度で総合的・戦略的な知財マネジメントが求められるようになってきている。経営戦略及び研究開発戦略、そして知的財産戦略が三位一体となった戦略構築が重要と

なり、更に個々の企業を超える官民連携での知的財産戦略の構築と実行が不可欠となっている。同時に、各国の知的財産制度も更なる協調が求められるとともに、厳しい制度間競争に晒されている。韓国や中国では、知財戦略を強化し、アジアのハブを狙う動きも加速してきている。これまでは、安定性・継続性が重視された知財制度においても、システム全体の国際競争が始まっており、知財イノベーションが求められるようになってきている。

2. 日本の危機と新たなチャンス

国内では、ここ十数年の経済の低迷により、国内総生産の伸びは停滞し、2010年には世界第2位の座を中国に譲った。世界に類を見ない速さで高齢化と人口減少が進み、労働力減少と国内市場縮小などが迫ってきている。都市部への人口集中が進み、地域社会の疲弊も課題となっている。こうした大きな変化に伴って、これまでの日本の成長と発展を支えてきた様々な社会制度も変革を迫られている。産業に目を向けると、グローバル・イノベーションへの対応は道半ばで、基礎的な科学・技術力をイノベーションまで十分につなげられておらず、日本が強みとしていた領域も含め、産業競争力が長期低落傾向にある。また、グローバル・ネットワーク時代に対応し、むしろリードする国家の姿を世界に示していかなければ、これまで築き上げた我が国の国際的な地位を損ねることにもなりかねない。

しかし、ピンチこそチャンスである。

80年代までの輝かしい成功体験から脱して、グローバル・ネットワーク時代への突入という新たな事態に即応することが肝要である。すなわち、総合的な知財マネジメントに立脚しつつ、新たな活路を切り拓かねばならない。それは実現可能であり、かつ実現しなければならない。例えば、日本人の美意識や優れた文化的伝統は、我々日本人が気付かないうちに世界で多くの共感を得るようになってきている。グローバル化、ボーダーレス化が進み、世界が垣根なくつながるようになると、逆に、コピー不可能な地域固有のアイデンティティに根ざした、その土地・地域にしかないものの価値が高まる。

「クールジャパン（素敵で日本）」という言葉に代表されるように、日本固有のアイデンティティへの憧れや関心が、草の根から静かな広がりを見せている。我々が日々の生活で当たり前と思っていることが、外国人の目には極めて新鮮かつ魅力的に映る。タタミ、ハシに始まり全自動トイレま

で、我々の気付かない新たな「クールジャパン」の可能性が無限に広がっている。戦後、自由な精神活動を保障する環境の中で、才能溢れるクリエイターたちの自由な発想と創造をその原点として、日本の強みを支えてきた。一見乱雑にも見える原宿・渋谷の若者ファッションもアジアや世界の若者を惹き付けている。戦後の経済復興から高度経済成長までの「効率化で駆け抜ける」猛烈スタイルから、今一度、「もったいない」という省資源・省エネルギー型のライフスタイルや「多彩な四季」への美意識を基調とする日本の原点に回帰してみると、新たな展望と戦略が拓けてくるはずである。

これまでの歴史も日本が新たな価値を生み出す力を持っていることを証明している。世界を変える革新技術では、高性能磁石、炭素繊維、太陽電池、リチウム電池、青色レーザー、燃料電池など、基礎研究に深く根ざした挑戦から結実した画期的な技術は枚挙に暇がない。

グリーン・イノベーションとライフ・イノベーションが世界各国の国家的課題となる中で、日本が先導し、世界に貢献できる分野は極めて多い。また、インターネットをはじめとする情報通信技術が進化を続ける中で、次々に新たなビジネスモデルも登場してきている。近年、クラウドコンピューティング、ソーシャルネットワークサービス、電子携帯端末、電子書籍、デジタル教材なども急展開をみせている。使い勝手と信頼を大切に日本の文化に根ざせば、新たなチャンスが生まれてくる可能性も大きい。情報が集まるところに、新たな情報や人や資金が集まってくる。日本が最先端のデジタル・ネットワークにおいて、アジアや世界の各国と強いネットワークでつながり、情報の流れの交差点としての主要なハブの一つとなることが重要である。

3. グローバル・ネットワーク時代の知的財産戦略（知財イノベーション）

70～80年代の日本の圧倒的な製造業の国際競争力に遅れをとった米国は、諸外国と連携した新たなイノベーション戦略を再構築し、速やかに実行した。それが、グローバル・イノベーションであり、先ずプロパテントに着手し、その後もプロイノベーションに向けた大胆な制度改革を進め、これを支えてきた。90年代以降、技術覇権を奪還するとともに、画期的なビジネスモデルや知財マネジメントを駆使して、世界のイノベーションをリードしてきている。欧州、韓国、台湾、そして中国、インドなどの新興国もグローバル・イノベーションの新潮流に積極的に加わってきている。

オバマ大統領は、2011年の一般教書演説の中で、中国、インドなどとの激しい国際競争を、かつての米ソ宇宙競争になぞらえて、新たな「スプートニク」の危機への警鐘を鳴らしつつ、更なるイノベーション推進の重要性を強調している。

翻って、日本は、バブル崩壊後の90年代の失われた10年の間に、この流れに乗り遅れてしまった。しかし、2003年には、国家戦略としての知的財産戦略を、総理直轄で強力に推進するため、知的財産戦略本部を創設した。専門性の高い知財高裁の創設、特許審査官の大幅増員による迅速な特許処理、インターネット時代に対応する著作権法改正など数々の制度改革を重ねてきた。2010年には、国際標準化を新たな戦略に位置付け、関係府省の責任分担とスケジュールを明確化した工程表を含む「知的財産推進計画2010」を策定している。昨年6月に閣議決定された「新成長戦略～『元気な日本』復活のシナリオ～」を支える知的財産戦略を推進している。

ピンチのときこそ次の10年を構想する絶好のチャンスであり、今後の10年、20年を見据えて戦う基盤となるのが、知的財産戦略である。

そこで、本部長である総理のリーダーシップの下、強い意思をもって、新成長戦略と一体となった知的財産戦略を強力に推進するべく、「知的財産推進計画2011」を、知的財産基本法第23条に基づき、ここに策定する。

グローバル・ネットワーク時代の新たな挑戦を支える知的財産戦略は、4つの戦略で構成される。

第一が、国際標準化のステージアップ戦略である。「知を使う知」の熾烈な競争が激化する中で、技術力で勝りながら事業で負ける状況を打破しなければならない。これには、企業が外部との合従連衡を通じて競争力を高める上で、国際標準化を活用していくことが必須である。7つの国際標準化特定戦略分野における国際標準化戦略の着実な実行と不断の検証を進めつつ、国際標準化のステージアップを通じた競争力強化を目指していく。

第二が、知財イノベーション競争戦略である。特に、世界から優れた技術・人財を引き寄せ、イノベーションを活性化するには、イノベーション・システムの中核となる知財システムを進化させ、グローバルに求心力のあるものとしていく必要がある。また、事業化・産業化に向けた知の活用が促進されるように、基盤整備に努めることが重要である。

第三が、最先端デジタル・ネットワーク戦略である。デジタル・ネットワークの深化・発展に伴って、電子書籍、クラウドなど新たなビジネスチャンスが生起している。最先端のデジタル・ネットワークを巡る戦いに向けた戦略構築と基盤整備を進めなければならない。

第四が、クールジャパン戦略である。アジア諸国をはじめとする世界市

場は成長の源泉であり、グローバルに通用する「クールジャパン」を、我が国の新たな発展の原動力としていかねばならない。このためには、クールジャパンについて、地域に埋もれている「知的資産」を発掘・創造し、グローバルに発信し、人気を拡大させていく好循環のサイクルを確立するとともに、基盤整備を図っていくことが重要である。

以下、各論を示すが、「いつまでに」、「誰が」、「何を」実施するかを工程表上で明確にしながら、多岐にわたる戦略を確実に実行していくこととする。

Ⅱ グローバル・ネットワーク時代の新たな挑戦を支える4つの知的財産戦略

1. 国際標準化のステージアップ戦略

【成果イメージ】(2020年)

- 研究開発・事業化戦略と連携した戦略的な国際標準化の推進や知的財産権の獲得・活用を通じて、産業競争力を強化しつつ国際標準化特定戦略分野において世界市場を獲得する。

【目標指標】(2020年)

- 国際標準化戦略内のロードマップに示されたアクションプランを着実に履行し、各特定戦略分野の産業競争力を強化する。
- 国際標準化機関における幹事国引受け件数を増加させる。(74件→150件)

*

(*は「知的財産推進計画2010」で設定したもの。以下、同様。)

①国際標準化戦略を実行する。

【情勢認識】

2011年3月には、7分野について「国際標準化戦略」が策定されたが、これらは、あくまで現時点での最適解であり、戦略を実行に移した後も、外部環境の変化、戦略の進捗・効果を随時確認していかなければならない。

また、7分野は、選択と集中の観点から優先的に選定されたものであり、「知的財産推進計画2010」で示されているように、これ以外の分野についても、新たに国際標準化特定戦略分野を選定できるよう検討を進める必要がある。

【施策例】(注：以下、「短期」とは1～2年、「中期」とは3～4年で実施する事項である。)

- ・7分野における国際標準化戦略の実行
策定された国際標準化戦略を実行するとともに、その結果を継続的に確認する。(短期・中期)(内閣官房、内閣府、総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省)
国際標準化に関する国際会議やフォーラムについて、官民で責任体制を

- 明確化しつつ、適切にフォローアップするとともに、我が国の技術に関する情報発信や人的関係の構築を含め、可能な限り、議長や幹事といった中心的な役割を担えることを目指す。関係府省は、必要な支援策を講ずるとともに、高度の専門的な知識・経験を有する職員を育成・活用する。(短期・中期)(内閣府、総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省、外務省)
- ・ 新たな国際標準化特定戦略分野の選定
新たな国際標準化特定戦略分野の選定を検討した上で、新たな戦略を策定し、実行する。(短期・中期)(内閣官房)

②国際標準化活動の更なる活性化を図る。

【情勢認識】

国際的な標準化機関において策定されるデジュール標準は、WTO 協定及び各国国内法で参照され、法的効果を持つなど、依然として国際標準の中核であり、その重要性は改めて指摘するまでもない。また、デジュール標準化への我が国の政府支援は、一定の効果を上げているものの、新興国による国際標準化活動の顕著な活発化をはじめとして予断を許さない状況にあることから、引き続き充実・強化しなければならない。

他方、情報通信分野を中心に、民間企業による自発的・自律的、迅速・柔軟な国際標準化やデジュール標準の初期構築の場として、フォーラムが重要性を増している。こうしたフォーラム標準化についても、民間企業による活動の自発性・自律性を尊重しつつ、適切な支援策を講じていく必要がある。大学や中小企業など国際標準化に自ら参画することが困難なプレーヤーへの支援にも留意すべきである。

【施策例】

- ・ 国際標準化活動への支援
国際的な標準化機関での標準化活動への参画を促進するための財政的支援を強化する。(短期・中期)(経済産業省、総務省)
国が実施し、あるいは支援する研究開発において、フォーラム標準を含む国際標準化活動への参画のための支援を行う。(短期・中期)(経済産業省、総務省)
- ・ 国際的な標準化機関の会合の誘致
国際的な標準化機関について、総会を含む重要会合を日本へ積極的に誘致する。(短期・中期)(経済産業省、総務省)
- ・ 国際標準化に関する情報収集
諸外国の標準化団体との情報交換を通じ、産業界の要望を踏まえつつ、諸外国の国際標準化活動に関する情報を収集するとともに、その情報を関係者に適切に提供する。(短期・中期)(経済産業省、総務省、国土交

通省、外務省)

③認証の戦略的活用を促進する。

【情勢認識】

標準がその本来の機能を発揮し、産業競争力の強化に貢献するには、具体的な製品やサービスがその標準に適合していることを自ら又は第三者が評価する「認証」の活用が有効な場合がある。すなわち、認証は、製品やサービスの迅速かつ効果的な市場展開を実現するための産業インフラとしても重要である。

こうした適合性評価を専門的に手掛ける認証機関には、安全性や性能評価手法を中心とした各種標準の内容と、その標準が製品・サービスの実情に合致するかという情報が集約される。換言すれば、安全性や性能評価手法といった規格の策定や、新技術に基づく製品・サービスについて、これらの評価を行う際に、極めて有効な知見を持った存在である。

このような認証機関の機能を産業インフラとして活かすには、認証機関に、産業界の要請に応えられるだけの情報・経験の蓄積と、それを可能とする積極的な事業展開が必要とされている。

(イ) 認証を視野に入れた国際標準化に取り組む。

【施策例】

- ・ 国際標準化・認証を視野に入れた研究開発の促進
国が実施し、あるいは支援する研究開発において、国際標準化を視野に入れるとともに、必要な場合には、個別の研究計画において、認証に向けた基準策定を盛り込む。(短期・中期)(総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省)
- ・ 情報提供・啓発の実施
研究開発の計画段階で標準化や認証を見通すための支援として、標準化や認証制度に関する情報の提供、啓発を行う。(短期・中期)(総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省)

(ロ) 認証の戦略的活用に必要な基盤整備を行う。

【施策例】

- ・ 認証機関の能力向上
国が実施し、あるいは支援する研究開発及び関連する国際標準化活動について、必要に応じ、認証機関の参画を促すことにより、認証機関の新技術への対応能力を向上させる。(短期・中期)(総務省、文部科学省、

厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省)

- ・ 認証業務の立上げに向けた公的研究機関による認証業務の支援
新規に開発された技術など、戦略的に重要でも、高度な専門性が必要なため、民間認証機関の単独業務として実施困難な場合には、民間による認証業務の立上げに向けて、当該技術に知見を有する公的研究機関による認証業務の支援を含む適切な施策を講ずる。(短期・中期)(総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省)
- ・ 標準化及び認証の戦略的な活用事例の提供
標準化及び認証の戦略的な活用についての事例収集・提供を通じて、普及啓発を進める。(短期・中期)(経済産業省、総務省)

④研究開発段階から標準化活動も含め総合的にアジア諸国との連携を強化する。

【情勢認識】

国際標準化は、我が国単独で達成できるものではなく、諸外国との連携が求められる。国際標準化の参加者として、アジア地域の経済は、著しいスピードで成長を遂げている。このようなアジア地域の経済成長を我が国の活力としていくことが重要である。その際に、アジア諸国とも協調して国際標準獲得を進めるには、標準化や事業化を見据えつつ、アジア諸国と研究開発段階からの連携を強化する必要がある。

【施策例】

- ・ 「アジア太平洋産業技術・国際標準化協力プログラム」の着実な実施
アジア太平洋地域との協力関係の強化に向けた「アジア太平洋産業技術・国際標準化協力プログラム」を着実に実行する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・ アジア地域における認証能力向上
アジア地域における共同研究開発・共同実証事業において、現地認証機関の認証能力の向上に資する協力を行う。(短期・中期)(総務省、国土交通省)

2. 知財イノベーション競争戦略

【成果イメージ】

- 知的財産の活用を促進し、世界に先駆けた新規事業を創出する。*
- 技術輸出額：約 2 兆円 → 約 3 兆円 *
- グローバルに活躍するニッチトップ事業を多数輩出する。*
- 中小企業による輸出額：約 10 兆円 → 約 14 兆円 *

【目標指標】(2020 年)

- 国際特許出願において、我が国が国際調査を管轄する国を、アジア地域を中心として拡大する。
- 海外事業展開に対応してグローバルな特許を低コストかつ効率的に取得できる環境を整備し、特許の海外出願比率を高める。*
 - ・日米欧韓中の五大特許庁間における共通の特許審査基盤を整備する。
 - ・海外特許出願に対する特許審査ハイウェイ（PPH）利用可能率を高める。（約 70%→90%）
- 中小・ベンチャー企業における特許制度利用者の裾野を拡げる。（新たに特許出願をした中小・ベンチャー企業数（累計）：約 3 万社）*
- 中小・ベンチャー企業による海外出願件数を増やす。（約 0.8 万件→1.2 万件以上）*

①我が国の「知財システム」の競争力を強化する。

【情勢認識】

グローバル・ネットワーク時代にあつて、特許制度の実体的調和など、各国の知財システムの更なる協調と調和が求められている。これまでは日米欧が世界の知財制度を牽引してきたが、近年、韓国や中国が存在感を増すなど各国の知財制度間の競争が一層活発に繰り広げられている。

我が国には世界に誇る技術力・デザイン力・ブランド力があり、これらの潜在力を最大限発揮するとともに、世界から優れた技術・情報・人財を集結させ、日本国内でイノベーションを促していくには、戦略的かつ総合的な知財マネジメントの実現と、それを支える知財システムの構築が必須である。

新たな世界の変化に即応し、スピード感をもって我が国の知財システムの

魅力を高めるとともに、アジア・世界で一層準拠・活用されるよう働きかけを強め、我が国の産業競争力の強化に資するよう、グローバルな特許システムを含むグローバル知財システムの構築をリードすべきである。

(イ) グローバル知財システムの構築をリードする。

【施策例】

- ・ 英語での国際的な予備審査の推進
アジア諸国をはじめとする外国発の国際特許出願について、我が国が国際調査を管轄する国を拡大する。これらの国や国内からの英語による国際特許出願に対し、英語での国際的な予備審査を推進する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・ 国際審査官協議の推進
国際的な特許制度の調和の実現に向け、我が国を含む複数の特許庁への共通の出願について、各特許庁の審査官による国際協議を推進する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・ 特許審査ハイウェイの主要国への拡大
特許審査ハイウェイ(PPH)を、アジアをはじめとする主要国に更に拡大する。(短期)(経済産業省)
- ・ 途上国及び新興国の知的財産環境整備
グローバルな知的財産環境の整備を進めるため、途上国、新興国のニーズや制度の整備状況を踏まえ、人財育成支援を実施する。(短期・中期)(経済産業省、警察庁、法務省、外務省、財務省、文部科学省、農林水産省)
- ・ 知財制度の整備・運用改善の働きかけ
二国間・複数国間の交渉の機会を活用し、相手国の知財制度の整備・運用の改善を促し、産業界の要望を踏まえた知的財産の保護が達成されるよう積極的に働きかける。(短期・中期)(外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省)

(ロ) 特許権の安定性を向上させる体制を整備する。

【施策例】

- ・ 特許審査の品質監理の強化
国際的に信頼される安定した特許権の設定を行うため、品質監理体制を強化し、特許審査に関する品質ポリシー策定やユーザーによる品質評価など世界水準の品質監理を実施する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・ 多言語対応の外国語特許文献の検索システムの整備
中国語や韓国語を含む非日本語特許文献の比率が高まる中で、世界の特許文献への容易なアクセスの確保が必要である。世界中の技術を調査可

能とし、成果を出願人に提供できるよう、中国語・韓国語を中心とした外国語特許文献を日本語で検索可能な環境の整備を進める。(短期・中期)
(経済産業省)

- ・世界標準の特許分類の構築
我が国の分野別の技術優位性を勘案し、諸外国の情勢を踏まえつつ、世界の五大特許庁と協調して、世界標準の特許分類の構築を進める。(短期・中期)(経済産業省)
- ・特許審査体制の強化
世界標準の特許分類の構築に向けた国際的な動向に対応するとともに、増加する外国語特許文献を含む先行技術を漏れなく調査し、国際的に信頼される安定した特許権の設定を行うため、審査体制の強化を行う。(短期・中期)(経済産業省)
- ・特許権の安定性の向上
国内外の情勢を踏まえ、特許権の安定性を向上させる方策を検討する。(短期・中期)(経済産業省)

(ハ)意匠・商標の保護環境を整備する。

【施策例】

- ・ヘーグ協定への加入
意匠の国際登録に関するヘーグ協定への我が国の加入について、検討を行い、結論を得る。(短期)(経済産業省)
- ・意匠の保護対象の拡大
3Dデジタルデザインを含む意匠の保護対象拡大について検討し、結論を得る。(短期)(経済産業省)
- ・商標の保護対象の拡大
音や動きを含む新たな商標への保護対象拡大について検討し、速やかに結論を得る。(短期)(経済産業省)

②我が国が生み出す「知」の活用を促進する。

【情勢認識】

「知を使う知」の熾烈な競争が激化する中で、技術力で勝りながら事業で負ける状況を打破するためには、総合的な知財マネジメントが必須である。グローバル・ネットワーク時代の到来により、人財の交流や流動化がますます進む中で、製造ノウハウや斬新なデザインなど競争力の源泉となる我が国企業の技術やデザインを適切に保護することが必要である。自由な研究を行う場である大学においても、産学共同研究に関する営業秘密の尊重について意識の向上を図る必要がある。また、我が国の中小企業は自立を迫られており、自らの知的財産戦略をもって、優れた知的財産を守りつつ、グローバル

展開し、アジアを中心とする世界経済の発展を自らの成長に取り込んでいく必要性が高まっている。しかし、中小企業では資金や人財の不足により、優れた知的財産を十分に活用できていないのが現状であり、事業化を見据えた権利化やノウハウ秘匿を行う知財マネジメントの実現を支援することで、グローバルに通用する事業を創造していく必要がある。

大学の研究成果を基にしたベンチャー企業の成功事例が出ているものの、我が国の産学連携の潜在力が十分に発揮されているとはいえない。

中小・ベンチャー企業を含む企業と大学との効果的な連携が進むよう、ユーザー企業の視点を重視しつつ、産学連携機能を強化していく必要がある。また、大学の研究成果を新たなビジネスにつなげる上で、事業化を見据えたグローバルな知財マネジメントが必要である。

(イ) 知財マネジメントを駆使して企業の「知」を最大限に活用する。

- a. 国際標準化戦略を実行する。【再掲 1. ①】
- b. 技術流出防止のための環境を整備する。

【施策例】

- ・ 営業秘密に対する技術者の意識向上
技術者に対して、不正競争防止法上の不正行為の範囲や営業秘密の管理に関して周知することにより、営業秘密に対する技術者の意識向上を図る。(短期) (経済産業省)
- ・ 大学における普及啓発
産学共同研究における、学生をはじめとした特許法の職務発明規定の対象とならない者の発明の取扱いや営業秘密の管理について、契約で明確化する必要性に関して普及啓発を行う。(短期) (文部科学省、経済産業省)
- ・ 営業秘密管理の課題を具体的に改善するための支援
中小企業を含め、営業秘密管理指針に沿って適正に営業秘密が管理されるよう、弁護士知財ネットの協力を得て、専門家による無料相談を含む個別支援を行う。(短期) (経済産業省)
- ・ 企業のコア人財の国内雇用環境の整備
高度な技術を有する企業のコア人財が、ものづくりの指導者として後進の若手人財を育成することができるよう、定年退職後に国内で一層活躍できる環境の整備を行う。(短期) (経済産業省)

(ロ) 企業、とりわけ中小企業の優れた知的財産を活用し、グローバルに通用する事業を創出する。

- a. 知的財産を活用したグローバル展開を支援する。

【施策例】

- ・ 中小企業のグローバル展開支援の強化
中小企業の知的財産を活用したグローバル展開を支援する上で、事業内容に応じて進出国での最適な知財保護ができるような権利の取得・管理・活用が必要となる。このため、グローバル展開に必要な知財関連情報を集積したデータバンクを構築する。また、このような高度な知財マネジメントに精通する「海外知財プロデューサー」による支援を行うとともに、外国出願、翻訳、海外調査、侵害に係る支援を強化する。(短期)
(経済産業省)

b. 知的財産を活用した事業化支援策を強化する。

【施策例】

- ・ 総合的な支援体制の整備
ワンストップ相談窓口を中核として、関係府省の中小企業支援策との密接な連携により、研究開発から事業化、海外展開、侵害対策までの総合的な支援体制を整備する。(短期)(経済産業省、農林水産省)
- ・ ワンストップ相談窓口への人財の配置
事業化を見据えた知的財産戦略の構築を支援する知財マネジメント人財をワンストップ相談窓口配置するとともに、弁護士知財ネット及び日本弁理士会を含む関係支援組織から窓口へ派遣される専門家からなるチームを活用して、中小企業の事業化を支援する。(短期)(経済産業省)
- ・ 新たな出願支援策の創設
特許出願に不慣れな中小企業のために、弁理士費用の予見可能性を高める新たな出願支援策(「知財コンダクター(仮称)」)を創設し、実施するとともに、引き続き、中小企業の支援の充実に向けて検討を行う。(短期)
(経済産業省)
- ・ 特許関係料金の減免制度の拡充
特許関係料金の減免制度について、ユーザーのニーズに最大限応えるよう、対象となる中小企業の範囲の大幅な見直しや申請手続の見直しに向けて、必要な法改正を行い、制度の運用を開始する。(短期)(経済産業省)

(ハ) 大学の「知」を活用したグローバルな成功事例を創出する。

a. 大学の産学連携力を向上させる。

【施策例】

- ・大学知財本部・TLOの在るべき姿とその評価指標の検討
2011年度中に、大学知財本部・TLOの在るべき姿を検討しつつ、産学連携活動の効果や効率性を適切に評価する指標を策定し、試行的に評価する。大学知財本部・TLOの在るべき姿に向けた検討を深め、評価の結果も踏まえて、その再編・強化について結論を得る。(短期)(文部科学省、経済産業省)
- ・大学の外国出願支援の強化
大学側のニーズを踏まえ拡充を図るとともに、事業化を見据えた戦略的な支援対象の選別や特許の質の向上を図ることで、大学の外国出願に対する支援を強化する。(短期)(文部科学省)
- ・大学における普及啓発【再掲2. ②(イ)b.】
- ・日本版バイ・ドール制度の事前承認制の周知徹底
大学や委託研究の受託機関に対して、2009年に改正された日本版バイ・ドール制度の特許権移転に対する事前承認制について、現場での円滑な運用が進むよう一層の周知徹底を図る。(短期)(経済産業省、文部科学省、警察庁、総務省、農林水産省、国土交通省、環境省、防衛省)

b. 産学連携における知財マネジメントを強化する。

【施策例】

- ・大学の研究における知財マネジメントの推進
知的財産を含む高度な専門知識を持つリサーチ・アドミニストレーターを大学に定着させるシステムの整備を進め、大学の研究の初期段階から知財マネジメントを強化する。(短期)(文部科学省)
- ・産学共同研究における知財マネジメントの推進
知財プロデューサーの派遣拡大により、産学共同研究の初期段階から知財マネジメントを強化する。(短期)(経済産業省)

c. 研究成果を事業につなげる仕組みを構築する。

【施策例】

- ・有望シーズの苗床を涵養する多段階選抜方式のSBIRの推進
先端的なベンチャーを育成し、科学技術の成果を事業化につなげる仕組みとして、SBIR(Small Business Innovation Research)における多段階選抜方式の導入を推進する。各府省の研究開発予算のうち一定割合又は一定額について、多段階選抜方式の導入目標を設定することを検討する。(短期)(内閣府、経済産業省、総務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省、環境省、警察庁、防衛省)
- ・大学及び公的研究機関の優れた研究成果を迅速に社会還元する仕組みの構築

大学及び公的研究機関の研究について、社会のニーズに即して、研究段階から事業化段階に至るまで一貫して支援することにより、研究成果の価値を高め、事業化への投資を促進する仕組みを構築する。(短期)(文部科学省)

- ・ 知財ファンドを通じて知的財産の活用を図る仕組みの構築
大学及び公的研究機関の特許をパッケージ化し、公的投資機関の知財ファンドを通じて知的財産を活用する仕組みを構築する。(短期)(文部科学省)
- ・ 産学官の研究開発活動における知的財産の有効活用に向けた仕組みの整備
大学が産業界のニーズを把握しつつ、産学連携を基礎研究にまで拡大した上で研究開発活動を計画・推進する機能(「知」のプラットフォーム)について、その研究開発活動から得られる知的財産を産業界が有効活用できる仕組みを整備する。(短期)(文部科学省)

③知的財産戦略を支える人財を育成・確保する。

【情勢認識】

グローバル競争が激化する中で、競争力強化のために国際標準や知的財産を戦略的に活用できる人財(知財マネジメント人財)や、世界を舞台に知的財産分野で活躍できる人財(グローバル知財人財)が求められている。

また、国民の知的財産に対する基本的な理解を深めるため、創意工夫や知的財産権を尊重する意識を高める必要がある。

(イ) グローバル・ネットワーク時代の知財人財育成プランを確立する。

【施策例】

- ・ 知財人財育成プランの確立
グローバル・ネットワーク時代において、各種知財人財が、必要な知識、技術・技能を身に付けて実践するための知財人財育成プランを確立し、実施に着手する。(短期)(内閣官房、内閣府、総務省、法務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省)

(ロ) 知的システムを支える人財の育成を強化する。

【施策例】

- ・ 知財マネジメント人財育成の強化
産業界の協力を得て、技術経営専門職大学院をはじめとする高等教育機関における国際標準化を含む知財マネジメントに関する教育内容の充実

- を促進する。また、産業界を含め、知財マネジメント人財を充実させるために知財研修やマネジメント層への啓発を強化する。(短期)(文部科学省、経済産業省)
- ・ 知財教育を実施している大学の連携強化
知財マネジメント人財やグローバル知財人財を育成するため、産業界の協力を得て、知財専門職大学院をはじめとする知財教育を実施している大学間の連携を促進する。これにより、人財交流、知財マネジメントに関する教育内容の充実、第三者評価の在り方の検討を通じた教育水準の向上を促進する。(短期)(文部科学省、経済産業省)
 - ・ 知財関連人財育成機関間の国際的な連携強化
独立行政法人工業所有権情報・研修館(INPIT)と諸外国の知財関連人財育成機関(知的財産に関する国際機関を含む)との間の連携を強化し、これらの人財育成能力の相互向上を図る。(短期)(経済産業省)
 - ・ 研究開発コンソーシアムにおける知財マネジメントに関する研修の強化
研究開発コンソーシアムにおいて知的財産戦略を踏まえた事業戦略の策定を支援する能力向上のための研修を実施する。(短期)(経済産業省)
 - ・ グローバル・ネットワーク時代に対応した弁理士の育成
弁理士のグローバルな活躍を推進するため、弁理士法の見直しを視野に入れて、弁理士業務の現状を検証・評価し、必要な措置を講ずる。(短期・中期)(経済産業省)
 - ・ 弁理士の知財マネジメント能力の向上
弁理士法で規定されている継続研修制度の活用を含め、弁理士に対し、国際標準化を含む知財マネジメント能力を強化する取組を推進する。(短期)(経済産業省)
 - ・ 中小企業診断士の研修の推進
知的財産戦略を活用した中小企業の経営支援のため、中小企業診断士を対象とした、知財マネジメントに関する研修を推進する。(短期)(経済産業省)
 - ・ 国際的な特許審査協力の推進に向けた審査官の研修強化
英語による国際的な予備審査、外国語特許文献調査への対応、国際協議を進めるため、審査官の研修を強化する。(短期)(経済産業省)
 - ・ 知財マネジメント人財を軸とした専門人財によるネットワークの構築
産業競争力の強化に向けて、知的財産戦略の策定を支援する知財マネジメント人財を軸に、紛争解決や海外制度などの専門人財間の連携を強化するネットワークを構築する。(短期)(経済産業省)
 - ・ 知財教材の一層の充実
各分野における知財人財育成に活用するために、インターネット上で利用可能な知財教材をより一層充実させる。(短期)(経済産業省)
 - ・ 小中高生の知的財産に対する理解と関心を高める取組
小中高生に対して、創造性をはぐくみ発明に対する理解と関心を高めるため、学校教育をはじめとする取組を行う。また、知財教育を行っている団体間の連携・協調を促進することで、教育効果を高める。(短期)(文

部科学省、経済産業省)

3. 最先端デジタル・ネットワーク戦略

【成果イメージ】(2020年)

- デジタル・ネットコンテンツビジネス(新規ビジネス含む)の市場規模:
約1.4兆円(2008年) → 約7兆円 *

【目標指標】(2020年)

- 書籍、放送番組の8割程度が電子媒体でも配信される。*
- 著作権侵害コンテンツの流通量を8割程度減少させる。*
- 日本のコンテンツのグローバル配信ビジネスが確立し、売上が1,000億円を超える。*
- 児童生徒が授業の場において、1人1台の各種情報端末を活用してデジタルコンテンツを自在に利用できるようになる。*

① コンテンツの電子配信を促進するとともに、我が国の知的資産をデジタル・アーカイブ化して活用する。

【情勢認識】

米国において電子書籍ビジネスが急速に拡大し、様々な機器が登場している。我が国では、米国に先行し、主に携帯電話をプラットフォームとした電子書籍ビジネスが行われてきたが、様々な機器による利用を通じた世界的な電子書籍ビジネスの急拡大に十分対応できていない。このため、電子書籍の本格的な普及に向けた取組を加速していく必要がある。

また、過去の知的資産をデジタル化して集積・活用するビジネスチャンスが広がり、米国の事業者による各国書籍のデジタル化や、欧州電子図書館(欧州委員会のオンラインデジタル図書館)のデジタル・アーカイブ化をはじめとして、知的資産をデジタル化し、活用する取組が加速している。我が国として、知のインフラを更に強化していく観点から、コンテンツのデジタル・アーカイブ化とともに、その活用を促進することが重要である。

【施策例】

- ・ 電子書籍の市場整備の加速化
電子出版に関し、出版者の権利の在り方の検討も含め、著作者と出版者

間の契約の促進を支援する。(短期)(文部科学省、経済産業省)
様々な端末・プラットフォームで電子書籍が利用可能となるよう、日本語の縦書きやルビに対応した、中間ファイル・フォーマットを策定し、その普及を図るとともに、中小企業の対応を支援する。(短期)(総務省、経済産業省)

海外のフォーラム標準である最終フォーマットについて、アジアを中心とする各国と連携して、縦書きやルビを含む日本語対応を可能とする。(短期)(総務省、経済産業省)

デジタル教材の円滑な導入を進めるため、教材開発や指導方法に関する研究・開発を進め、その成果を普及する。(短期・中期)(文部科学省、総務省)

・ 知的資産のアーカイブ化とその活用促進

我が国の知的インフラ整備の観点から、国立国会図書館が有する過去の紙媒体の出版物のデジタル・アーカイブの活用を推進する。具体的には、民間ビジネスへの圧迫を避けつつ、公立図書館による館内閲覧や、インターネットを通じた外部への提供を進めるため、関係者の合意によるルール設定といった取組を支援する。(短期)(文部科学省、経済産業省、総務省)

国立国会図書館への電子納本を可能にするため、例えば、電子書籍として市場で配信されたものは、館内閲覧に限るというルール設定の検討をはじめとした取組を支援する。(短期)(文部科学省、経済産業省、総務省)

NHKオンデマンドをはじめとしたインターネットを通じた放送番組の配信に関する財源の在り方の検討を含め、NHKの番組資産の活用を促進する。また、民間の放送番組については、そのアーカイブの一層の拡充に向けた取組を支援する。(短期)(総務省)

マンガ、アニメ、映画、図書といった様々なコンテンツのアーカイブの活用を促進するため、各機関におけるアーカイブ充実のための支援を行う。また、諸外国のアーカイブとの連携も視野に入れつつ、各アーカイブをネットワーク化し、一元的なデータベースを整備する。(短期・中期)(文部科学省、総務省)

国立国会図書館の書籍や、放送番組をはじめとした様々なアーカイブの活用のため、一定期間を経過した著作物に関し、一層円滑な権利処理を促進する。(短期)(文部科学省)

②デジタル化・ネットワーク化の基盤を戦略的に整備する。

【情勢認識】

デジタル化・ネットワーク化の進展に伴い、コンテンツを巡る新たな動きが急速に展開している。

様々な電子端末やスマートテレビの登場を背景に、購入したコンテンツをいつでもどこでも利用できるクラウド型サービスが登場しており、普及が見

込まれている。一方、我が国においては、クラウド型サービスは、場合によっては著作権侵害に該当する可能性があるとの指摘もあり、知的財産の観点からクラウド型サービスの環境整備に向けた早急な取組が必要である。

また、様々なコンテンツを対象とするグローバルなプラットフォームが進展している。我が国では携帯電話でのプラットフォームが独自の発展を遂げてきた。しかしながら、現在、スマートフォンの急速な普及によってグローバルなプラットフォームとの競争に晒されている。さらに、スマートテレビの普及によって従来のメディアもプラットフォームとの競争に巻き込まれることが予想される。

加えて、新たな表現形態である3D映像の機器が発売され、今後の我が国のコンテンツ産業にとって新たな魅力を提供できるチャンスが増大している。しかし、現状では、3Dコンテンツの供給が不足しており、急速な普及にはつながっていない。

【施策例】

- ・クラウド型サービスの環境整備
我が国におけるコンテンツのクラウド型サービスの環境整備を図るため、法的リスクの解消も含め、著作権制度上の課題について整理し、必要な措置を講ずる。(短期)(文部科学省)
- ・プラットフォームの競争環境整備
プラットフォームに関し、国際的な動向の情報収集を図りつつ、競争の実態を注視する。(短期・中期)(公正取引委員会)
- ・3D映像の促進
NHKや民間事業者による3D映像放送を拡大することをはじめとして3Dコンテンツの普及のための取組として、安全基準の策定、制作技術の普及及び人材育成を進める。(短期)(総務省、経済産業省)

③グローバルな著作権侵害への対応を強化する。

【情勢認識】

デジタル化・ネットワーク化の進展によって、著作権侵害コンテンツがインターネットを通じてグローバルに横行している。例えば、人気が高い我が国のアニメやマンガは、国内公表後直ちに各国語の翻訳付きで海外サーバーにアップロードされ、不正流通が拡大している。また、グローバルなプラットフォームにおいても、我が国の著名書籍の海賊版が販売されている。こうした動きは、我が国のコンテンツのグローバル展開を図る上で、大きな障害となっている。国内の利用を念頭にした著作権侵害コンテンツについても、海外の投稿サイトなどが利用されることも少なくない。

海外の事業者がこうした不正流通に直接又は間接に関与する場合には、削除要請をしても実行までのハードルが高く、十分な対抗措置を採ることが困

難である。これまでの国内対策に加え、グローバルなインターネット上の著作権侵害対策を強化する必要がある。

【施策例】

- ・ インターネット上の著作権侵害の抑止
インターネット上でグローバルに流通する著作権侵害コンテンツを抑止する観点から、正当な権利者に関する情報を共有する仕組みを構築するため、国際的枠組での検討を進める。(短期)(文部科学省、経済産業省)
著作権侵害が特に多発する海外のサイトに関し、民間企業の自主的な措置も含め、総合的な対策を検討し、結論を得る。(短期)(総務省、文部科学省、経済産業省)
二国間政府協議や知的財産保護官民合同代表団(政府と国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)により構成)の派遣を通じ、侵害発生国に対して著作権侵害コンテンツ対策の強化を働きかける。また、海外のプロバイダーに対し、著作権侵害コンテンツを削除させるため、民間企業による一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)の活用を促進する。(短期)(経済産業省、文部科学省、総務省)

④人財育成の根幹となる創作基盤を強化する。

【情勢認識】

デジタル化・ネットワーク化の進展に対応し、新たなコンテンツを創造する基盤の強化が必要である。我が国の個人の創作レベルは高く、様々な可能性を有している。デジタル制作ツールが利用しやすい環境となり、ソーシャルネットワーキングサービス・動画共有サイトの普及に伴い、独創的な二次創作が行われ、それがビジネスにつながる動きも出てきている。

【施策例】

- ・ 創作基盤としての二次創作の円滑化
パロディに関する法的課題を検討するとともに、インターネット上の共同創作や二次創作の権利処理ルールの明確化のための取組を進める。(短期)(文部科学省、経済産業省)
- ・ デジタルコンテンツの活用促進
インターネット上で、個人が既存のコンテンツの一部を紹介することや二次創作を円滑化し、デジタルコンテンツの活用を促進するため、包括契約のベストプラクティスを紹介するとともに、権利侵害についての民間コンセンサスの形成に向けた取組を支援する。(短期)(文部科学省)

4. クールジャパン戦略

【成果イメージ】(2020年)

○日本にとってのクールジャパン関連産業の市場規模:

(コンテンツ・ファッション・食分野の外国売上額と訪日外国人の国内消費額の合計): 約4.5兆円(2009年) → 17兆円(2020年)

【目標指標】(2020年)

○アジア市場において、日本のコンテンツを核として、新たに年間1兆円の収入を獲得する。*

○年間の訪日外国人旅行者数: 約861万人(2010年) → 2500万人

○我が国の国際見本市への外国人来訪者数: 約6.5万人(2010年) → 30万人

○諸外国におけるコンテンツ規制の解禁・緩和を実現する。*

○延べ1万人のクリエイターが小・中学校を訪問する。*

① クールジャパンを発掘・創造する。

【情勢認識】

「クールジャパン」は、ゲーム・マンガ・アニメといったコンテンツ、ファッション、産品、日本食、伝統文化、デザイン、更にはロボットや環境技術などハイテク製品にまで範囲が広がっている。

しかし、日本人が想定するクールジャパンと実際に外国人が感じるクールジャパンにはギャップが存在している。あらかじめクールジャパンの定義をするよりも、何が真にクールジャパンなのかを模索しつつ、多くの試行錯誤の中でクールジャパンを確立していくことが重要である。

グローバル・ネットワーク時代には、コピーできない固有のアイデンティティこそが外国人の目にクールに映る。我が国独自の文化、伝統、ライフスタイルに深く根ざしたものや、日本人独特のこだわりや丁寧さに基づくもの、「軽薄短小」を得意技とする省エネ・省資源型の先端技術、自由な心に育つクリエイティブなコンテンツのように日本人にとって「当たり前」のものの中にこそ、真のクールジャパンが潜んでいる。

すなわち、海外の視線を意識することのないまま日本各地に「埋もれていたもの」を発掘・創造し、グローバルにビジネス化していくことが重要である。また、各々の魅力は受け手により異なることから、各国の市場構造やクールジャパンの内容に応じて戦略的かつ柔軟に展開していくことが重要で

ある。

特に、映画・テレビといった映像は、言葉の壁を超えて日本の魅力を総合的に伝える上で影響力が極めて大きい。グローバルに発信できる優れた映像コンテンツを創造していくことが重要である。

【施策例】

- ・映像を通じた発掘・創造
多様な地域・人々の魅力を含むクールジャパンを伝える映像コンテンツや3Dをはじめとする高い技術力・企画力を活かした映像コンテンツを製作し、グローバルに発信する。(短期)(総務省、外務省、経済産業省)
海外展開資金を供給するファンドを通じて、世界に通用する作品づくりを支援する。(短期)(経済産業省)
国際共同製作への支援を行うとともに、アジア諸国をはじめとする諸外国との国際共同製作協定を締結する。(短期・中期)(経済産業省、外務省、総務省、文部科学省、国土交通省)
「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット」、「日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」、日中映像交流事業(「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」)といったアジア域内の交流の場を通じ、国際共同製作や外国の規制緩和の促進も含め、我が国コンテンツ流通の促進を図る。(短期)(経済産業省、総務省)
- ・対象国のニーズに即した展開戦略の策定
コンテンツ、ファッション、食、すまい、観光、地域産品を効果的に組み合わせ、各国のニーズに基づくグローバルな展開戦略を策定し、推進する。(短期)(経済産業省、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省)

②クールジャパンをグローバルに発信する。

【情勢認識】

クールジャパンをグローバルに広めるためには、戦略的な情報発信が不可欠である。その際には、対象国のニーズに即した展開戦略を構築することが重要である。

また、単独のモノやサービスだけではなく、様々なアイテムの有機的な組合せによって、効果的に発信する必要がある。例えば、映画・ドラマ番組とファッション、食、ライフスタイルのように各地方の独特な魅力を伝え、一体的に発信して、我が国に外国人を呼び込む取組が重要である。

さらに、国内外でのイベントにおける発信を強化するとともに、インターネットを含め、様々なチャネルを使った発信を強化することが重要である。

【施策例】

- ・ 情報発信の強化
 - コ・フェスタ、メディア芸術祭、各種見本市をはじめとした国内でのイベントに関し、海外への情報発信強化や外国人を呼び込むための取組を進めるとともに、海外からの出展の増加を図る。(短期)(経済産業省、文部科学省、内閣官房、総務省、外務省、国土交通省)
 - ロンドンオリンピックや周年事業(例、「日米桜寄贈 100 周年事業」)に代表される国際的イベントを活用し、府省横断的にクールジャパンを発信する仕組みを確立する。また、地方自治体とも連携して地域に根ざしたクールジャパンを発信する仕組みを確立する。(短期)(外務省、内閣官房、総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省)
- ・ イメージ戦略の推進
 - イメージ戦略の一環として、クールジャパンに関するポータルサイトによる多言語発信の強化や、ロゴマークの作成を含む統一的なイメージによる発信を行う。(短期)(内閣官房)
 - 世界的な有識者により、文明に関する意見交換を行う国際会議を日本において開催し、世界に向けて新たな価値を発信する。(短期)(文部科学省)
- ・ 映像や放送の展開
 - 放送番組を含む映像コンテンツの海外展開を促進するため、官民が連携するコンソーシアムを設置するとともに、現地語対応を含め、民間による海外発信のための取組を支援する。また、権利処理を円滑化するため、ガイドラインの策定を含む検討の場を設置し、必要な措置を講ずる。(短期)(総務省、文部科学省、外務省)
 - クールジャパンの対外情報発信の強化を図るため、各国・地域の衛星放送やケーブルテレビを通じた国際放送の普及に向けた取組を支援する。(短期)(総務省)
- ・ 国際線での情報提供
 - 我が国発着の国際航空路線へのクールジャパンに関する映像の提供を進める。(短期)(内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省)
- ・ コンテンツを活用したクールジャパンの発信強化
 - 影響力が大きい映画・ドラマ・ゲームを活用し、作品中にファッションや食といったクールジャパンを登場させるよう民間の取組を促す。(短期)(経済産業省)

③クールジャパンの人気を拡大させる。

【情勢認識】

クールジャパンを発信した後、人気を更に拡大させていくことが必要である。このためには、熱心なリピーター層を形成し、訪日外国人の増加を国内経済の活性化に結び付けていくことが重要である。その際に、観光客のみな

らずビジネス客も含めることでその効果はより増大する。例えば、ラスベガスは、大規模見本市によって今やカジノよりも多くのビジネス客を集めている。我が国においても、国際見本市への外国人入場者数を大幅に拡大することが重要であり、現在の約 6.5 万人を 2020 年までに 30 万人に増やすことを目指して取り組む必要がある。

また、特に影響力が大きく、中核となり得るオピニオンリーダー的な外国人の「ファン」の一群を創り、クールジャパン人気を連鎖的に拡大していく仕組みを構築する必要がある。

さらに、クールジャパンの優れた取組を顕彰し、関係者の意欲を高めつつ、世界にクールジャパンの発信を強化することにより、人気を拡大する基盤を確立することが重要である。これらを通じ、日本にとってのクールジャパン関連産業の市場規模(コンテンツ、ファッション、食分野の外国売上額と、訪日外国人の国内消費額の合計額)を約 4.5 兆円(2009 年)から 17 兆円(2020 年)に増やすことを目指す。

【施策例】

- ・「クールジャパン大賞(仮称)」による顕彰
クールジャパンの取組のうち、特に優れたものやクールジャパン推進に顕著な功績を残した人物・団体を顕彰することを通じて、クールジャパンの人気の拡大を図る。(短期)(経済産業省、総務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省、外務省)
- ・クールジャパンのリピーターの拡大
日本のファンとなる観光客やビジネス客の増加を図るため、国際見本市とも連動させながら、クールジャパンをテーマとした訪日旅行ルートの開発を推進する。(短期)(国土交通省、文部科学省、経済産業省、農林水産省)
地域の活性化や観光客の増加を図るため、史跡の復元・公開や地域の伝統芸能といった日本各地の特色ある文化遺産を活かした取組を支援する。(短期)(文部科学省、国土交通省)
- ・国際見本市の活性化と情報発信
国際見本市は、グローバルに情報発信する優れた場であるとともに、経済活性化につながるビジネス客を引き寄せる有効なツールである。このため、各地の観光資源との相乗効果を高めながら、我が国で開催される国際見本市の活性化を支援する。(短期・中期)(経済産業省、国土交通省)
- ・情報リーダー招へい
海外プレス、著名ブロガー、クリエイターを招き、クールジャパン人気を拡大する。(短期)(外務省、文部科学省、国土交通省、経済産業省)
- ・地理的表示保護制度の導入検討
高品質な我が国の農林水産物や食品について、そのブランドイメージを保護し、その輸出促進を図るため、農林水産物・食品に係る地理的表示

(Geographical Indications、GI)の保護制度の導入に向けた検討を行い、結論を得る。(短期)(農林水産省、経済産業省)

- ・ ACTA (模倣品・海賊版拡散防止条約(仮称))の参加促進
ブランドの価値を国際的に守るため、アジアをはじめとする諸外国に対し、ACTAへの参加拡大を促す。(短期・中期)(外務省、経済産業省、文部科学省、総務省、法務省、財務省)

④クールジャパンの基盤を整備する。

【情勢認識】

クールジャパンのグローバル展開を進めるに当たり、分野によって諸外国の規制が障害となる場合がある。例えば、コンテンツ分野では、従来から一部の国で他国の映画や放送番組に関する数量規制やゲーム機の輸入規制などの障壁が引き続き存在しており、国として緩和・撤廃に向けた取組が不可欠である。

また、海外においては、在外公館を中心に、クールジャパンに関する取組をサポートする体制を強化する必要がある。

【施策例】

- ・ クールジャパンに関する諸外国の規制の緩和・撤廃
アジア市場をはじめとする諸外国におけるコンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃を強く働きかけ、実現する。(短期・中期)(外務省、経済産業省、総務省、文部科学省、農林水産省)
- ・ 在外公館によるクールジャパンの支援強化
現地ニーズを踏まえた海外展開を促進するため、重点国・都市を選定し、在外公館を中心に、現地関係機関や民間が連携する「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」を創設する。また、クールジャパンに関する民間の海外での活動の際に、在外公館を中心として、施設の提供や大使をはじめとする外交的なプレゼンスや現地ネットワークを活用した支援を行う。(短期)(外務省、経済産業省、農林水産省、国土交通省)
- ・ クールジャパンに関する文化関係者のネットワーク形成
東アジア諸国の文化人・芸術家が一堂に会する会議を日本において開催し、人的ネットワークを構築するとともに東アジア諸国の文化交流を促進することを通じ、クールジャパンの発信のための基盤を強化する。(短期)(文部科学省)
- ・ クールジャパンに関する拠点の整備
農林水産品・食品の輸出に当たって検疫条件を満たすための施設を整備する。(短期)(農林水産省)
日本をコンテンツ、ファッション、デザインの流行発信地とするための拠点を整備する。(中期)(経済産業省)

⑤グローバルに通用する人財基盤を強化する。

【情勢認識】

クールジャパンの海外展開を推進するに当たっては、グローバル・ネットワークを活用してビジネス化できるプロデューサー人財が不可欠である。昨年4月に、コンテンツビジネス関連人財の一つの到達目標となる国家資格が創設され、今後、一定の能力を有する人財が増えることが期待される。しかし、現状では、こうした人財は十分とは言えない。グローバル展開のビジネスチャンスをつくり出すとともに、優秀な人財が集まる環境を整備し、若手クリエイターも含めた人財育成の仕組みを構築していかねばならない。

また、低年齢層から、情報を多面的に理解する能力を醸成するとともに、様々なコンテンツに触れ、その真の価値を見極める能力を育成していくことが重要である。

【施策例】

- ・ プロフェッショナル人財の育成
プロデューサーの育成を支援するとともに、国際実務に精通する「エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワーク」とコンテンツ事業者との交流の場を設け、国際的なビジネスへの対応を強化する。(短期)(経済産業省、文部科学省)
- ・ 若手クリエイターの育成
若手アニメーターに制作機会を提供することを通じ、人財育成を推進する。(短期)(文部科学省)
コンテンツ分野に関し、専門学校や大学と産業界が連携する産学コンソーシアムを設置し、社会人が学びやすい学習体系の導入も含め、実践的な職業能力を育成する学習システムを構築する。(短期)(文部科学省)
若手を含め、海外クリエイターの招へいを通じ、クリエイターの国際交流を促進する。また、日本各地に、海外クリエイターの創作活動の拠点(アーティスト・イン・レジデンス)を形成する。(短期)(文部科学省)
- ・ クリエーターの裾野拡大
コンテンツ分野のクリエイターによる学校訪問の機会を拡充し、児童生徒の頃から様々な芸術文化表現を体験することにより、コミュニケーション能力や様々な作品の真の価値を見極める能力を涵養するとともに、学校教育における創造活動、知財教育及び情報モラル教育(情報社会で適正に活動するための基となる考え方や態度を身に付けるための教育)を充実する。(短期)(文部科学省)

Ⅲ 4 戦略実施の工程表（附表）

（骨子決定後に作成）

<参考> 知的財産推進計画 2010 の実施状況

（工程表と同時に作成）