

知的財産戦略本部 構想委員会（第5回）

日 時：令和2年4月16日（木）10：00～12：10

場 所：Web開催

出席者：

【委員】渡部座長、梅澤委員、大崎委員、太田委員、落合委員、川上委員、喜連川委員、
小谷委員、杉村委員、瀬尾委員、田中委員、中村委員、林委員、堀委員、
宮島委員、山田委員、山本貴史委員、コーカー委員

【参考人】筑波大学 立本博文氏

カフェ・カンパニー株式会社 楠本修二郎氏

【事務局】三又局長、小林参事官、田淵参事官、吉弘企画官

1. 開会

2. 議事

（1）事務局説明（デジタル知財戦略 等）

（2）有識者プレゼン（筑波大学 立本博文氏）

（3）クールジャパン／インバウンド戦略のための当面の止血とアフターコロナに向けた
提言

（4）意見交換

3. 閉会

○小林参事官 本日は御多忙のところ、御参集いただきまして、誠にありがとうございます。知財事務局の小林でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

最初、諸注意事項といたしますか、今回はウェブ会議ということですので、そこだけお話しさせていただきます。

ノイズを防ぐために、御発言時以外はマイクをミュートにさせていただきたいと思います。ただ、事務方でもそこは気づきますので、場合によってはこちらでマイクのミュートという形にさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

後ほどの意見交換、質疑応答のときには挙手をお願いしたいのですが、カメラの前で手を振っていただくとか挙手していただくというやり方もございますし、システム上、人型のボタンがあって、そこで御自身の名前の横に手のボタンがあって、そこで「挙手」ボタンみたいな形になります。ですので「挙手」ボタンか、カメラの前で手を振っていただいて、こちらで渡部座長のほうに誰が手を挙げられているかということをお伝えする形で進めていきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

以上、諸注意事項に対して、よろしいでしょうか。

では、引き続き進めていきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

ただいまから「知的財産戦略本部第5回構想委員会」を開催いたします。改めまして、小林でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

今回はウェブ開催とさせていただきましたが、本日は多くの委員の方々に御参加いただいております。改めて御礼申し上げます。

ちょっと振り返りますと、昨年10月に開催しました第1回で4つの柱というものがございました。「デジタル知財戦略」「地域資源の活用と知財戦略」「コンテンツ戦略／クールジャパン戦略」、最後に「知財戦略の社会実装」でございます。

本日は、その第1回会合で提示させていただいた4つの柱につきまして「デジタル知財戦略」「地域資源の活用と知財戦略」「コンテンツ戦略／クールジャパン戦略」「知財戦略の社会実装」、それぞれについて御報告させていただきます。

また、本日は、クールジャパンの提言としまして、クリエイティブジャパンワーキンググループの座長でいらっしゃいます田中委員、梅澤委員、そして、カフェ・カンパニー株式会社代表取締役社長の楠本修二郎様から御説明をいただく予定になってございます。

さらに、標準関係になりますけれども、ちょっとタイトルが長いですが、イノベーション・エコシステムにおける戦略的な標準の活用について、標準委員会の委員長を務めていただいていた筑波大学大学院ビジネス科学研究科の立本博文教授からも御説明いただく予定になっております。

本日も、皆様方の様々な識見をお借りしたいと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。

では、いつもどおりの進行で、次に委員の御紹介ですけれども、ちょうど「参加者」と

いうところが画面上見えるところがございしますが、御欠席の方だけ御紹介させていただきます。本日は久貝委員、迫本委員、田路委員、米良委員、山本正己委員が御欠席です。また、何名かちょっと遅れて参加ということを伺っていますので、よろしく願いいたします。

続きまして、本日使用する資料になります。

昨日、事務局からメールで御連絡させていただいた資料1から資料7になります。あと、もう2つございますけれども、まず、資料3につきましては後ほど画面で投影していただく予定になりますので、そのときになりましたら画面のほうを御確認いただければと思います。また、ほかの資料1から資料7につきましても同期する形で画面でも表示するよういたしますので、お手元の資料か、画面のほうを御覧いただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

では、早速ですが、最初に局長の三又より御挨拶させていただきます。

○三又局長 皆様、おはようございます。改めまして、こういう形ですけれども、お集まりいただきましてありがとうございます。

この構想委員会、先ほど小林参事官から説明がありましたように、今日で5回目ということで、この間、この委員会本体及び3つのワーキンググループなどでその4つの柱について御検討いただいております。今日はこれらの検討テーマを一通り並べて、これまでにいただいた御意見の整理や今後の方向性について事務局からお示しをし、御議論いただきたいと思っております。

皆さん御承知のように、委員会のプロセスの途中で新型コロナウイルスの感染が世界的に広がりまして、クールジャパンの重要な分野である外食、観光、文化、エンターテインメント関連産業をはじめ、広範な分野の経済活動に甚大な影響が生じております。それと同時に、リモートワーク、遠隔医療、オンライン教育などが日本でも必要に迫られる形で急速に広がって、イベントやエンターテインメント分野でもオンライン配信の活用といった動きも生じているというふうに承知しています。

これらの点については、前回、3月23日の第4回構想委員会でも御議論いただきまして、深刻な危機に直面している方々への緊急の支援策が必要であると同時に、コロナ危機が収束した後は従来の平時の状態に戻るのではなく、コロナ危機が、日本が新しい社会システムに変革する契機となる。また、そうすべきであるという御意見をたくさんいただきました。具体的なイシューとして、学校でのオンライン授業を行う場合の著作権の取扱いについても早急な対応が必要という御議論も提起されました。

こういった御議論いただいた内容については、政府の中でコロナ対策を検討する話し合いの場でも私からも紹介させていただいたところがございます。そうしたことの結果、4月7日に政府の緊急経済対策が決定されたわけですけれども、これは事前にお送りした資料が抜粋になっておりまして、今、映してあるのは全体、フルテキストなのですが、今、映っていますところに書かれているように、2つのフェーズということで、本経済対策は、

基本的な考え方として、2つの段階を意識したものとするというふうにございまして、その第1段階としては「緊急支援フェーズ」で、雇用と事業と生活を守り抜く段階である。第2は、収束後の反転攻勢に向けた需要喚起と社会変革の推進、いわば「V字回復フェーズ」であるというふうになっておりまして、観光・運輸、飲食、イベント等、大幅に落ち込んだ消費の喚起と、デジタル化・リモート化など未来を先取りした投資の喚起の両面から反転攻勢策を講ずる段階だというふうに明確に位置づけているところがございます。

もう一か所、経済対策の後ろのほうになります。これはお手元の抜粋にもついているのですが、33ページ目から後のところで、第2段階の「V字回復フェーズ」の中で「3. リモート化等によるデジタル・トランスフォーメーションの加速」という項目がございまして、この下のほうですけれども、「今回の危機をチャンスに転換し、デジタル・ニューディールを重点的に進め、社会変革を一気に加速する契機としなければならない」という考え方が示されているところがございます。

また、その後のほうに出てまいります、これは後で御覧いただければと思いますが、遠隔教育の項目では、前回御議論いただいた、まさに著作権処理の問題が解決をしまして、早期施行に至りました。具体的には緊急対策として、これは瀬尾委員をはじめ、権利者側の皆さんの御理解が得られて、緊急対策として補償金を1年間無償にするという形で、法律は今月末には施行するというところで決着したと伺っているところがございます。

我々の当面のゴールは、5月下旬を目途に知的財産推進計画2020を政府として決定する予定でございます。そのアウトラインは今、ちょっと画面に出ておりますけれども、こういったアウトライン、全体像という資料がありまして、こういったアウトラインを考慮しておりまして、各論として3つの大きなテーマ、この「3. イノベーションエコシステム」「4. クールジャパン戦略」「5. コンテンツクリエイションエコシステム」。これらを取り上げるわけですが、その前に「2. デジタル技術を活用した経済社会システムの変革」として、新型コロナウイルス対策、ポストコロナ時代の経済社会システムのあり方という形で、ここで先ほど御紹介した経済対策でも書かれていたような、大きな社会変革を一気に進めるのだという考え方に準拠した形で、知財戦略としてどう受けていくかということを整理したいと思っております。この部分というのは、3. から5. のそれぞれの各論にも位置づけたいと思っております。

このような構成を考えておりますけれども、今日はその部品となる主要なテーマごとに事務局のほうから御説明させていただいて御議論いただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

○小林参事官 それでは、これからの議事進行につきましては、渡部座長にお願いしたいと存じます。渡部先生、よろしく願いいたします。

○渡部座長 おはようございます。本来、オンラインでやるべきプロトコルというのはリアルと違うような気がしますが、レガシーな座長形式で進めさせていただきます。

最初の議題は、コンテンツワーキンググループの検討状況及びクールジャパン戦略の議

論ということで、事務局から説明をさせていただきます。

○田渕参事官 知財事務局の田渕です。それでは、早速、説明に入りたいと思います。コンテンツワーキンググループの検討状況についてです。

2枚目をお願いします。コンテンツの創作・流通・利用のされ方が変化し続けている中で、クリエイターが持続的にコンテンツを創作できる環境が整備され、海外展開を含むコンテンツの円滑な流通及び利用が促進されるとともに、対価還元が実現する方策について幅広く検討することを目的といたしまして、今年の3月27日に構想委員会座長決定でこのコンテンツワーキンググループを開催することとなりました。

委員ですけれども、上野先生を除き全員、構想委員会の委員となっております。

次のページをお願いします。4月10日に書面開催という形で会合を開いたのですが、その過程で主にウェブ上で意見交換をいたしました。

その議題ですけれども、まずは知財計画2019の主要事項の進捗状況の報告・意見交換です。インターネット上の海賊版対策、デジタルアーカイブジャパン推進、ロケ環境の改善、それから、eスポーツについて報告・意見交換を行いました。

また、知財計画2020及びそれ以降に向けた議論の頭出しとして、ここに掲げてある論点について意見交換をしました。

1つ目ですが、コンテンツを取り巻く市場や技術の変化に伴い、ビジネスモデルや収益構造も変化している。こうしたデジタル時代の変化に伴い、本来、対価還元されるべきクリエイターに対価還元されていない可能性はあるか。もしあるとすれば、どのような方策により対価還元を実現できるか。

2点目が、コンテンツの配信ビジネスにおいて、例えば多数の権利者からの許諾が必要なことなどにより権利処理コストが高くなり、円滑な利活用が進まない場面はあるか。もしあるとすれば、どのような方策により円滑な利活用が進むと考えられるか。

3点目として、以上のような課題に対応するために、最新技術をどう活用できるか。

4点目は、海外展開に関する論点。

最後が、今般の新型コロナウイルス感染症による影響等を踏まえ、デジタル技術・環境を活用しつつ、柔軟な対応が可能なビジネス構造を構築していくことができるかということでございます。

次のページをお願いします。1つ目、皆さんからいただいた意見を、クリエイターへの対価還元／利用円滑化方策（最新技術の活用を含みます）、これらの論点についていただいた御意見をまとめました。

まず、音楽の分野では、フィンガープリントを活用した利用状況の把握やデジタル課金が進んでおり、こうした技術も活用して、包括許諾などの効率的な権利処理をデジタルで行うことを進めるべきという御意見がありました。

制作現場の労働環境の改善に関する指摘もございました。

また、音楽分野については、例えばアーティストが直接発信したりするという様々な選

択肢があれば対価還元にもつながるのではという御意見もございました。

次に、日本では著作物等の利用について権利制限する場合、一部、無許諾有償での利用が可能になるものの、無許諾無償での利用を認める例が多いですが、海外では無許諾有償での利用を認める例もあるので、こういった立法例も参考にできるのではないかという御意見がありました。

次のページをお願いします。一番上ですけれども、先ほどお話のありました遠隔教育の著作権の問題については、進みましたが、まだ対価還元の課題が残っているという指摘。

2つ目が、欧州と比べて日本においては著作権の契約について規制がないが、これも検討課題ではないかという指摘。

最後が、音楽の配信にあたって、複数社が使えるようなフィンガープリントがあれば動画ライブに関する分配に役立てることができるのではないかという御指摘がありました。

次のページをお願いします。次は海賊版対策についていただいた御意見ですが、2019年10月に取りまとめられた総合的な対策メニューの第2段階に位置づけられている著作権法改正が成立すれば、次の段階の議論に移る必要があるという御指摘がありました。

また、違法なアプリを配信しているプラットフォームへの働きかけの重要性に関する指摘もございました。

さらには、海外における海賊版については、日本のコンテンツが海外で正規に提供されていないということも原因の一つではないかという御指摘がありました。

最後、海賊版をうまく正規化することができないかという問題提起もございました。

次のページをお願いします。新型コロナウイルスの関係では、ライブの遠隔化等により、日本全国どこでもコンテンツを楽しめる分散化が進むのではないかという御指摘。

他方、ライブ配信には、まだ課題もあるという御指摘。

遠隔教育と同様に、コンテンツでもアクションプランが必要ではないかという御指摘。

本来、社会で起こるべき変化が加速するのではないか。リモートワーク等により、家庭内のリモート・インフラ整備が進んで、こうした家庭内のインフラ整備を活用したコンテンツが出てくるのではないかという御指摘もありました。

また、新型コロナで打撃を受けた者に対する支援といたしまして、基金の創設やコンテンツの制作の助成の御提案もございました。

最後は、緊急経済対策である給付金の申請等について、手続面での工夫を求める御意見もございました。

次のスライドをお願いします。これらの新型コロナ感染症による影響を踏まえた今後の方向性ですけれども、緊急支援が必要な短期及びV字回復後の社会変革も見据えた中長期の視点での対応が必要と考えております。ライブに加えて、オンラインによるコンテンツの提供も充実させる、ハイブリット型のデジタル・トランスフォーメーションを加速的に進める必要があると考えております。

緊急支援フェーズに位置づけられる対策ですが、事業継続に困っている中小・小規模事

業者等に対する給付金、生活に困っている世帯に対する給付金、また、これらの対策に関するコンテンツ分野関係者への分かりやすい情報提供といったものを挙げております。

V字回復フェーズに位置づけられるものとしたしまして、イベント・エンターテインメントのチケットを購入した消費者に対する割引券等の付与ですとか、地域の文化芸術関係団体・芸術家によるアートキャラバン、先端技術を活用した新たなコンテンツ制作、多様な資金調達、海外を見据えたコンテンツの多言語化の支援、オンライン配信の支援といったものを掲げております。

次のスライドをお願いします。委員からの主な意見に戻りまして、ロケ環境の改善、また、コンテンツの海外展開についてもそれぞれ御意見をいただきました。

今後の進め方としましては、今回のコンテンツワーキングにおける議論を踏まえ、知的財産推進計画2020において可能な限り反映しつつ、その策定後も引き続き、具体的な検討・整理を進めていくこととしております。

以上になります。

○渡部座長 次は、吉弘企画官のほうから資料2の御説明をお願いいたします。

○吉弘企画官 知財事務局の吉弘です。クールジャパン戦略に関する議論につきまして、御報告をさせていただきます。

クールジャパンに関しましては、構想委員会の下にクリエイトジャパンワーキンググループが置かれておりまして、本日、構想委員会にいられているメンバーの中では、コーカー委員、梅澤委員、田中委員、中村委員、楠本さんなどを交えて今まで数回議論をしてきたところです。

前回の構想委員会において御報告しましたが、クールジャパンについては、関係省庁との関与と連携を促すために、分かりやすい個別分野を選定し、具体的に進めるという議論を実施してきております。

ここに書いてある分野は、この間の構造委員会で御説明した分野になります。

下部ですが、今年度は、特に連携強化に向けた機運を醸成するために「分かりやすい個別分野」での議論というものに集中いたしました。これをさらに進めて、例えば「日本社会の様相」であったり「町の清潔感」とか町並みみたいな、外国人が魅力的と思う日本の「本質」みたいなものの議論というものは、今年はほとんどやっておりませんので、次の課題としてはこういったものもあるのかなと考えております。

クールジャパンに関して、構造委員会やクリエイトジャパンワーキンググループにおける御意見としては、構想委員会においては、ここに掲げてあるとおり、例えば競争力がある分野にもっと集中するべきであったり、デジタルプラットフォームが必要であるということや、アウトバウンドのリスクを取った企業に対してインセンティブを与えるということであったり、文化観光というものが今後のコアであるので、顧客動線全体のマネタイズを考える必要があるといった御議論がございました。

クリエイトジャパンワーキンググループにおきましては、コンテンツの活用につきまし

て、他分野、基幹産業と言われる分野も含めての経営者が、そもそも日本のコンテンツの価値に気づいていないということは問題であるといった部分とか、情報発信の手法をよく考える必要があるといった部分であったり、外国の若い世代というのは着物など、そういうAuthenticな日本を目指して日本に来るといった部分であったり、あと、外国の主要都市で、例えば日本の素材とか食材が手に入る環境を整備し、食に関する裾野を広げていくということの重要性など、様々な御意見がございました。

先週行われたクリエイティブジャパンワーキンググループにおいては、議論の中核というのは当然、新型コロナウイルス感染症の影響といった部分になりまして、特に中長期的な影響で、これは社会がデジタル化するといった、今、予想ができていたものだけではなくて、例えば今回のパンデミックへの恐怖であったり警戒といったものが外国人の行動様式とか生活様式の変化というものにどのような影響を及ぼすかといった部分も踏まえて、十分に分析をし、クールジャパンの取組を進めていくべきだといった御意見が多く寄せられております。

意見の例といたしましては、飲食、観光、エンターテインメントなどクールジャパン分野の業界が大きなダメージを受けている。ここを再活性化させない限り、オリパラにきた外国人をもてなすことができない。結果的に日本のイメージが毀損するということになりかねないといった御議論であったり、先ほど田淵参事官からも御説明があったとおり、デジタル化していく中でコンテンツのオンライン展開ということが進む。その際には、やはり法制度が課題になってくるのではないかとといった部分や、人材というものに着目し、クリエイティブな人材を発見し、マッチングする、CJを磨き上げていく人材が重要であるといった部分。こういった御意見がございました。

クールジャパンの観点から、新型コロナウイルスに関する対応につきましては、短期の喫緊と中期、オリパラの成功に向けてというものと、その先という形で考えております。

短期的、直ちにということではありますが、新型コロナウイルスの影響で傷んだCJ関連産業への支援ということで、局長のほうから最初に説明がありましたとおり、政府の緊急経済対策のパッケージというものが出ておりますので、これを効果的に行うように連携をしていく。その際、支援パッケージは結構複雑になる可能性もありますので、分かりやすく発信をし、それを必要な人たちに訴求することが大事なのかなということで、通常、我々、政府が持っているネットワークだけではなくて、例えば構想委員会の委員の皆様のネットワークであったり、影響力といったものも活用させていただいて、必要な人に必要な支援パッケージの情報が届くようにしていきたいと思っておりますので、今後御協力を求めることがあろうかと思っておりますので、よろしく願いいたします。

中期的に、オリパラに向けてなのですが、1年後ろ倒しになったということで、今年度、クールジャパン関連施策というものがそもそもコロナの前からできているのですが、これを十分活用していくことが基本的な考え方であろうかと。その際、社会のデジタル化・オンライン化など、予想される影響は十分踏まえていくということになろうかと思っております。

さらに長期的な部分なのですが、これは新型コロナの影響を十分分析したいと思っております。先ほど申し上げたとおり、パンデミックへの恐怖や警戒感というものが、例えば長距離移動を伴う旅行のチョイスにどのような影響を与えるのかであったり、人混みでの、例えばライブであったりイベントみたいなものに行くかどうかという判断にどのような影響を与えるかであったり、もっと大きく言えば、例えば日本のブランドイメージというものは今回のコロナ対策でどのように変わっていくのか。ちゃんとした対策を取った国として評判が上がることもあれば、全然駄目だったら下がることもあり得る。これはもうちょっと時間がかからないと分からないものですが、いずれにしろ、日本という国に対する見方というものはシフトしていくことが考えられますので、そこをちゃんと分析した上で、クールジャパンは日本ブランド戦略でもありますので、日本のブランド戦略というものをちゃんとアジャストしていくことが長期的な取組になろうかと思っています。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、次にクールジャパンの提言についてということで、クリエイティブワーキンググループの座長である田中委員から御発言をいただきたいと思っております。それから、続いて梅澤委員、そしてカフェ・カンパニー株式会社代表取締役社長の楠本修二郎様より御説明をいただければと思います。よろしくお願いたします。

○田中委員 渡部座長、ありがとうございます。田中です。

前回の委員会で、具体的なアクションをどう取っていくか、そのためのメッセージをどう出していくかが非常に重要だということで、梅澤委員と楠本さんが従来作成提言を準備されていた資料をもとに有志で議論し、さらにブラッシュアップをして、資料にまとめようという流れになりました。

先日、一部のメンバーによるウェブ会議を実施しまして、これからお話の資料を梅澤委員を中心にまとめていただいております。そして、これを誰が主語として、どのような形で世の中に発信するかが難しい面もあ流との議論もありました。今日は賛同者名簿的な書類も添付しておりますので、委員のみなさまの賛同をいただける形であれば、ぜひお声を受けてたく思います。

それでは、梅澤委員、昨晚も資料をありがとうございます。これからどうぞよろしくお願いたします。

○梅澤委員 よろしくお願いたします。資料を私のほうで説明させていただきます。今、クリエイティブワーキンググループの田中座長から御紹介いただいた資料3になります。

次のページをお願いします。現段階で12人のワーキンググループのメンバーから御賛同をいただいております。今日、ここに御参加いただいている田中委員、中村委員、それから、コーカー委員も含めた12人です。私と楠本さんで手短かに御説明させていただきます。

まず、このワーキンググループからのステートメントということで、先ほどからいろんな議論がございましたけれども、こういう形の文面に起こしました。

要点だけ申し上げますと、インバウンド戦略を成長戦略の柱として掲げてきました。

しかし、TOKYO2020を目前にして新型コロナが襲い、経済にも致命的な打撃を与えています。

外食・エンターテインメント・ホテルの3分野は、特にコロナ禍で深刻な状況にあります。自粛を求める社会的あるいは政治的な要請から中止・休業・利用縮小を強いられて、売上げとキャッシュフローが消失しています。

これらの3分野は、インバウンド戦略、それから、クールジャパンの中核産業で、これからの日本の基幹産業でもあります。地方創生を実現するための切り札でもあります。オリパラは2021年に延期できるのかもしれませんが、これらの文化や観光の基盤は今、手を打たなければ数か月で崩壊します。そうなったときに、我々は来年、何を訪問客に見せるのでしょうか。その後の日本の基幹産業は何になっていくのでしょうか。こういう危機感で書いています。

これからの最重要の資源は文化で、最も有望な成長産業の一つが観光です。これらの分野で特に人材と知的資本を守っていき、文化と観光の基盤をアフターコロナの時代につなげていく必要がある。こういう問題意識でまとめさせていただきました。

次をお願いします。

○楠本参考人 楠本です。よろしく申し上げます。カフェ・カンパニーという会社をやっています。飲食店をやっておりますけれども、エンターテインメントの企画もやっているし、ホテルもやっております。

アメリカの現状をちょっと拝見しますと、これは飲食業界に特化して例を挙げておりますが、いろんな分析が出ておまして、あと半年するとほとんど外食は潰れる。

24.5兆円。これは日本の外食産業まるまるの売上規模と一緒に、3か月で損失という分析も出てきた。ロックダウンの結果、75%の個人飲食店は潰れるだろう。3万軒が廃業し、あと2～3か月で1000万人の失業者を迎える。ニューヨークは今、廃墟のような状態になってゾンビ化しているのはいろいろな映像でも皆さん御存じだと思います。オリンピックを控えて、そういったことのないようにしなければいけない。

○梅澤委員 観光産業は、こちらに書いてあるとおり、やはり大変大きな数字がアメリカでも上がっています。

日本でも、例えば右下に数字がございますけれども、全国の3月のホテルの月次稼働率は昨対の6割減で30%。4月はもっと下がるものと想定されます。

次をお願いします。それから、エンターテインメント産業も、これは先日、堀委員の率いる音事協、音制連、ACPCからも議連に提言があったと伺っていますが、下に書いてあるような様々な大きなインパクトを受けています。

アメリカでは、エンタメ産業は7月までロックダウンが続くと13兆円の甚大な被害になる。こういう試算も出ています。

次をお願いします。それから、国内の新型コロナウイルス関連倒産というデータが帝国

データバンクから出ていますが、現時点53件あるうち、観光と飲食で7割を占めています。

右側は地方の現状ということで、熊本県が比較的詳細なアンケートを取っていますが、これから1か月、3か月、それから、半年以内に経営危機を迎えるであろうと言っている企業が約75%ある。こういう状況です。ちなみに、この熊本の場合は、上位4分類で見ると、製造、飲食、観光、小売というふうになっていて、やはり飲食や観光というものは相当大きなインパクトを受けているというふうに見えます。

次をお願いします。各国、かなり踏み込んだ施策を取っています。今日は時間の制約もあるので、ここは割愛させていただきますが、いろんなセクションで参考ページとして、各国が取っている、例えば雇用に対する補償、あるいはテナント賃料に対しての減免措置というものを一通りまとめております。

次をお願いします。

○楠本参考人 そういったことに対しての打ち手をどういうふうにやっていくかという提言を既に先週から大臣やいろんな方々に提出させていただいて、非常に迅速な政府の対応によっていろいろ方針を変えていただいている、あるいはそういった手だてを打っているということも出てきているのですが、いまだに煩雑な手続で多くの企業が苦しんでいるということ。

それと、ここでちょっと追加のことだけ端的に申し上げますと、基本的に金融機関からの融資というものは、被保険者というものは借りたくないのです。アフターコロナで借入額が増額することよりも、いかに血を止めるかということのほうが大事でございます。そういう意味では金融機関融資の弁済の猶予であったりとか、これが1番ですけれども、それから2番目に、これは借入れということになりますが、特にこれは飲食店に限らず、どのサービス産業もそうなのですが、中堅企業がきついです。いろんな事業者に対しての補償ということになっているので、それなりの店舗規模があるところが大変きつい。それで融資条件、中小企業事業で一律3億円というものが出ているのですけれども、例えば8ページの、アメリカはPPPという政策を打っていて、最大1000万ドルのローンを提供する。しかも、従業員の雇用や支払いにあれした場合は借入れローンの返済を免除ということになっております。

今朝、アメリカの食やホテル産業に詳しい者とミーティングをしてきたのですが、このPPPは大変効いていて、これによって助けられた事業主が相当いるというふうに聞いています。事業規模に応じた早急な融資ということをお願いといいますか、提案をしたいと思えます。

雇用助成金については、8,333円という条件がありますので、この上限額をちょっと引き上げるということは有効かと思えます。

次の不動産賃料の減免なのですが、これも8ページに書いておりますけれども、例えばオーストラリアなどは賃料の負担を最大100%まで削減しています。アメリカも120日間の延滞料徴収をしないということを政策として決定されているという意味においては、こち

らのほうの早急な処理も必要ではないかと思えます。

あと、不動産業者さんも毀損していると思うので、賃料減額を条件とする不動産オーナーの返済猶予、あるいは利息払い免除などの制度も有効ではないかなと思えます。

対策の事業者主義ではなく、ある程度の規模に応じた早急な対応が、来年のオリンピックを控えたときに、クリエイティブな日本を表現していくという意味では大変重要なことかなということ提言をさせていただきます。

○梅澤委員 アフターコロナに向けたということで、これは一言で言うと、様々なデジタル化であったり、あるいはビジネスモデルの進化であったり、それから、有料コンテンツでも、このままだと今回を機に廃業してしまうような人たちを束ねる形で未来につなげていく。こういういろいろな打ち手があると考えています。

これはコンテンツワーキングのほうでも述べられているものと相当重なっているなど先ほど感じましたが、かいつまんでお話をすると「1. 優良コンテンツの再生・再成長支援」。これは主に、例えば食とか、あるいは地方のホテル・旅館とかで、名店なのでコンテンツとしてはいいのだけれども、今回の件をきっかけに廃業しそうになっているようなところ、あるいは後継ぎの継承の問題を抱えているようなところ。こういうところに例えば官民ファンド等を活用して、資本注入をし、人材を送り込み、再生あるいはアップデートしていく。こういうことができるのではないかと。あるいは未上場企業。これは食もエンターテインメントも、様々なタイプの企業でユニークなコンテンツを持っている。例えば地域のオンリーワンの会社とかがたくさんあります。こういうところに50%ちょっと出資をして、同じように、一方でユニークな差別化された魅力は残しつつ、共通化できるところは共通化をして、コスト効率を上げていく。こんな仕掛けができればいいのではないかと。

「2. 新しいビジネスモデルの創造」ということで、例えばシェフのエージェント、それから、育成プラットフォーム。これは楠本さん、次のページで少し御説明をお願いしますか。

○楠本参考人 分かりました。

食というものが、これは知財事務局に事務局をやっていると思いますが、これから先、AIの発達によってどんどんレシピが知財化されていくというプロセスになっていくと思えます。アフターコロナを見据えたときに、そういった動きも含めて一気に加速していくということは有効な一手であると思えます。日本食を海外に広める上でございます。

そういった論点で考えたときに、一方で今、毀損しているのは外食産業やホテルのキッチンのスタッフなども首切りはアルバイトをはじめとしてどんどん生まれていて、彼らは次の職でスタートアップをしたいとか社会に貢献したいとかというふうに思っている人がすごく多い。そして、地方に行って活躍しようという気持ちもすごく持っていらっしゃる。そういった人たちと一番、例えば地方の老舗であったり名店であったりということをどんどんマッチングしていくというプロセスです。

まず、今、外食が毀損していますので、そういったシェフや、飲食で事業をやりたい人たちのエージェントをつくり、そこで例えば農家さんとのネットワークでブランド化をし、テイクアウトあるいはポップアップ出店、今であればウーバーイーツなども含めたケータリングサービス。そういったところからどんどんスタートアップを促していくエコシステムをつくっていきます。

それで、アフターコロナのときには新しい、若い料理人のヤングスタート、ここからどんどん出ていくようなプログラムということプロデュースしていくことは、未来の地方のプレーヤーをどんどん母集団として増やしていくということを含めて、また、そのレシピをちゃんと知財として守っていく。それによって、海外に知財として提供していくというプロセス。日本人が自ら何百人も行って店舗展開をしなくても、海外とのアライアンスパートナーによって日本の食を海外展開していくというスマートなプログラムをアフターコロナで展開していけるのではないかなと思っています。

○梅澤委員 1 ページ戻ってください。今のが2. の最初のバレットでした。

関連するものとして、食のシェアリングとか、あるいはサブスクリプションモデルというものもありますし、それから、顧客との共創型市場。これは食に限った話ではありませんが、様々なモデルがあると思います。

それから、音楽の分野では、リアルの会場に人を集めることがしばらくできない、あるいはなかなかアフターコロナでも十分に集まらないかもしれないということを受けて、リアルのライブをやりながら、オンライン配信もして、その配信チケットも売っていく。例えばリアルでは3,000円、配信では1,000円みたいな新しいハイブリッドのモデルというのはこれから主流になってくると思います。そこの準備をしておくという話があるかと思っています。

それから、5G、AI等を活用した新しいコンテンツあるいはサービス。

そして、右側に行っていただきまして「3. 文化・観光コンテンツのデジタル化と世界への発信」。これは物理的に打って出ることができない。そして、世界中の人が家にこもっている。PCに向かい合っている。このタイミングを生かして、デジタルで世界にまず発信量をいかに効果的に増やすかということに取り組むタイミングだと思います。したがって、コンテンツ・サービスの多言語化、それから、メタデータを整備するということと、将来の観光収入を期待して、例えばVR観光コンテンツ等を開発して、世界中の人たちに今は家で楽しんでいただくという、ある意味でマーケティング的な発想もあると思います。

「4. 文化観光・ラグジュアリートラベル開発の仕込み」というふうに書いています。観光立国はここまで、とにかく訪日客の数を増やすところを最初のドライバーにして観光収入を伸ばしてきました。ポストコロナは少し質に転換をするきっかけではないかなと思っています。そのためには、より顧客単価の高いラグジュアリー顧客、そして、ラグジュアリー顧客のメインコンテンツである、文化をフックとした観光というところに本格的に取り組んでいくということで動くべきタイミングと考えています。

文化観光を考えると、これはありきたりな情報発信ではなくて、極めて優れたエッジのあるキュレーターによって集められた情報コンテンツをそれぞれのニッチセグメントごとにどう鋭く見せていくかということに徹底的に取り組む必要があると思います。日本の例えば地方型のアートであったり、あるいは建築であったり、アニメはもちろんですけれども、工芸とか、あるいはガストロノミーとか、様々な切り口で、どれだけ優秀なキュレーターを集めて、彼らから発表してもらえるかということに取り組むべきタイミングと考えています。

一方で、物理的に文化観光のデスティネーションになるところを重点的に整備する。これはこれから文化庁と観光庁が一緒に取り組む施策と理解をしています。

もう一つ大事なのは、フックとなる文化のデスティネーションが必ずしもマネタイズを中心ではないです。マネタイズを中心は宿泊と飲食です。そう考えたときに、この文化観光の拠点整備とマネタイズができる質の高いホテル。これを組み合わせて、顧客動線全体で観光収入を上げていく。こういうプロデュースが必要だと考えています。

それから、ラグジュアリートラベル全体に関して、包括的な戦略とアクションプランがまだないように見えます。優良コンテンツの棚卸しを含めて、これにしっかり取り組むべきタイミングだと考えています。

そして「5. 映像作品のロケ誘致に向けた環境の抜本的改善」。これは日本のブランディングにとっても有効な手段だと思いますので、コンテンツワーキングでも提案されていることに我々も強く賛同します。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、ただいま事務局の説明、それから、梅澤委員、楠本様からの御説明のありました内容について、御質問・御意見を、ちょっと時間が少し押しぎみなのですが、意見交換を始めたいと思います。20分から30分程度、時間を取りたいと思いますが、御発言のある方については「挙手」ボタン、あるいはカメラに手を振っていただくか、チャットで発言をされたいということで連絡いただければと思います。

それでは、いかがでしょうか。

離席の関係で、喜連川先生が御発言というふうに来ていらっしゃるようですが。

○喜連川委員 お時間いただきまして、どうもありがとうございます。一言だけお礼を述べさせていただければと思います。

23日のこの構想委員会の中で、実は著作権の問題、つまり遠隔授業の中で提言を加えていただけないかということをお願い申し上げました。その後、実は7帝大プラスNIIで、SARTRASさんのほうに要請文を出しつつ、また、日本経済新聞にも取り上げていただいた結果、非常に早く諸先生に大変お世話になったのではないかと思いますけれども、4月10日に閣議決定がなされ、4月28日からこの改正著作権法が施行されるということが決まった次第でございます。

この遠隔講義は、実は4月、まだ始まっておりませんが、5月以降、本格化しまして、日本には約1500万人の子供がおります。小学校、中学校、高校、大学を加えますと1500万人ですけれども、この学生たちに従来の対面授業と同じような環境で授業ができるということができるようになりましたことを大変喜ばしく感じておりまして、ここで御礼を申し上げたいと思います。

ちなみに渡部座長から冒頭、このテレカンはかなりお慣れでないとおっしゃっていたのですが、私どもも3月末からこの遠隔授業に対するサイバーシンポジウムを行っておりまして、前回やりましたら大体1,700人ぐらいの方がサイバー上で聞いておられました。この中で岸本課長にも御参加いただきまして、るる御説明いただきました。それはどうしてかといいますと、3月段階の中で一番多く、各大学から意見が寄せられたのがこの著作権に関する問題で、これがクリアできたことは大変喜ばしく感じている次第でございます。

ここで御礼の言葉を述べさせていただきます。誠にありがとうございました。

○渡部座長 ありがとうございます。

次に、中村委員が手を挙げていらっしゃると思います。よろしく願いいたします。

○中村委員 中村伊知哉でございます。

資料1にあるコンテンツワーキング、資料2のクールジャパン、それから、資料3の提言・ステートメント、いずれも参加しておりました。ワーキングなどでも発言したことと重なることもあります。簡単にコメントいたしますと、緊急経済対策で食、観光と並んでコンテンツがコロナ直撃を受けた領域ということで様々な施策が盛り込まれていますけれども、ライブハウスやプロモーターといった中小の事業者が恐らくばたばたと倒産していくことでしょう。これは来年のオリンピックを見据えてもかなりライブの文化というのは壊れるのではないかと懸念しておりまして、これは平時の経済対策ではこの文化を支えていくことは無理ではないかと思っています。文化政策として、これまでにない措置を考える必要があるかと思います。

資料2にも短期の措置としてコロナ対策が書かれていますけれども、コンテンツの政策あるいはクールジャパン政策というものは当面、今、直面するコロナ危機に集中すべきではないか。その他の全ての政策というものはアフターコロナとして後で考えてもいいのではないか。このコロナを乗り切れないとアフターコロナもないと思っています。

先ほどの田中委員、梅澤委員、楠本さんからあった提言についてもちょっと補足をおきますと、新ビジネスモデルあるいはデジタルシフトというところにコンテンツもいろいろ施策を盛り込んであります。特に11ページの2.の5つ目にありましたテクノロジーなのですが、5GやVRでのライブですとかブロックチェーンで著作権管理をするといったテクノロジーを使うという、その基盤の整備が今、急がれると思っております。その点、コンテンツの業界というものは中小が多くて財政基盤が弱いですから、この辺りの導入促進措置が必要かなと。

それで、この提言は発出して訴えていくスピードが大事だと思っております。今、有

志の形を取っておりますけれども、これを発出しつつ、その支持者を広げてアピールしていくというやり方がいいのではないかなと思います。

もう一点だけ、今の喜連川委員のことに付言をしておきますと、教育の情報化というのは教材コンテンツのデジタル化を含めて、知財計画でいうと2010年、10年前に方針が記載されて、長年の課題でありました。それが今般のコロナ対策で一気に1人1台が実現する。著作権の件も解決するということで、半年前から見ても夢のような状況になっております。これは政府あるいは与党関係者の大変な努力によるものでありまして、高く評価したいと思いますし、私も民間の関係者としてお礼を申し上げます。

ただ、著作権の処理につきましては、瀬尾委員が進めている権利者団体SARTRASが本年度の補償金をただでいいという認可申請をするという驚きの対応をするために実現するものでございまして、この権利者の皆さんの姿勢も賞賛したいと思いますけれども、ただ、来年度以降の補償金をどう処理するかという政策課題がなお残りますので、その早期の解決を望むところであります。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

関連して、瀬尾委員が手を挙げていらっしゃいますので、お願いいたします。

○瀬尾委員 瀬尾でございます。

私はSARTRASという補償金関連団体の常務をしております関係上、いろんな要請をお伺いして、とにかくコロナ対策ということで相当、緊急の対応を取りました。正直言って結構大変でしたけれども、少なくとも今月いっぱい状態で改善するというのであれば私としては最速だったのではないかなということで、お役に立てればよかったですらうと思っております。

その件はその件として、今後の、今、中村先生がおっしゃられた来年度、いかに円滑に制度を回すかということは、今から検討したり、教育関係者の皆さんと勉強したりしようと思っております。

ただ、意見として申し上げたいことが2つあります。

一つは、まずインバウンドについて、これは非常にクールジャパンの中核としてインバウンドをやってきたのですが、今後はやはりインバウンドだけではなくて、もっと地方振興みたいなものと3本足、2本足にしないと、インバウンド1本足ではいかに脆弱かということが分かりました。

例えば最悪の場合、この1年以内に東京を中心とするような大地震が起きたときには、もしインバウンドをしてみたら、それは全てペアになってしまいますね。そういうことを考えたときに、地方振興ということを考えていかなければいけないのではないかな。

地方振興は何かといったら、いわゆる5GとかVRとかというテクノロジーを通じて、地方と大都市が比較的、今のような格差のない情報なり、いわゆるテクノロジーの享受状態にあることをつくっていったら、やはりそのところでリモートワーク、それから、リモート

教育、遠隔教育ということを進めていく中で、非常にその収益を上げていき、トータルに経済活動をしていくのは重要なのではないかと考えています。

そのときに、やはり重要になるのはエンタメといますか、いわゆる我々のコンテンツです。それから、医療と教育。この3本ぐらいを中心にして、地方と大都市間の格差是正とリモートをやっていくという、ちょっと大きめの主体にしたらいのではないかと私は考えています。

もう一つは、これは堀委員からもこの前のワーキングで出ましたが、今、非常に厳しいです。日本は、何か分からないけれども、フリーであることが格好いいみたいなのところがあって、写真家もフリーがすごく多いのですが、そんなものはこんなふうになったら何も持ちこたえられない。

そのときに、私は前から提唱していますけれども、保障制度みたいなものを持って、基本的に集まっていく、企業化していくということがあると思いますので、私は個人に対する支給は当然重要なのですが、企業に対して大きく、このところで補助をしていって、できる限りフリーの人たちが企業化したり集団化したりすることを進めていかないと、今のこのコロナの最大の問題はコンテンツインフラの危機なのだと思うのですよ。

つまり、これで本当に死に絶えてしまうと、来年度に戻そうとしたときに戻らなくなってしまいます。そこをすごく恐れますので、私はやはり個人に対するものと、企業に対しての支援、それから、企業が積極的に雇用を進めていくという体制をつくるのが一番の回復の近道なのではないかなと思います。

コロナというものは、何度も私は言っているのですけれども、一事象ではなくて、波が来たのではなくて、これによって地殻変動で世の中が変わるという認識がないと対応できないのではないかなと思っています。

ちょっと長くなりました。以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、林委員、お願いいたします。

○林委員 ありがとうございます。

最初に、田中委員、梅澤委員、楠本さん、本当によい提言をまとめていただきましてありがとうございます。私もぜひ賛同者に加えていただければと思いますし、できればこの知財本部なり、大きな形でこの提言が出せればもっといいかなと思っています。

先ほどの提言の中で、アメリカのPPPによる融資が既にちゃんとお金が出ているというお話を楠本さんから御紹介いただいたのですが、一方で日本では、例えば東京都の融資相談などに一斉に企業が詰めかけて、大田区の相談窓口は午前中で締め切らざるを得なかったという報道が出ております。

例えばオンラインで相談の順番を取って、時間を予約して相談するとか、事前にオンラインで相談の振り分けをするとかをして、実際に区役所などに押しかけて、みんなで密な感じになって二次感染とかが起こったりしないような、何かそういう工夫ができないでし

ようか。アメリカだけでなく、ドイツでも既にアーティストにお金が回っていると聞いていますけれども、そういう工夫をもし海外でしているのであれば、その具体的な方策も教えていただき、この提言の中に盛り込むか、個別にフォローするかは別として、実際に支援がただちに回っていきけるようにするといいいのではないかなと思いました。それが一点です。

それから、先ほどアフターコロナという話がありましたが、5年前にビル・ゲイツがTEDで既に新型ウィルス感染爆発のリスクを予言しており、やはりただ者ではないと今、言われています。アフターコロナが1年先になるのか、2年先になるのかと今、言われている中において、我々はこの新型コロナを契機として、本来、5年前からやらなければいけなかったことを、スピードアップして今からすぐやるのだ、ということだと私は受け止めています。幾つかいろんなアクションプランというものを立てながら、直ちにそれぞれについて、いかにスピードアップできるかという観点で取り組んでいくことが大事ではないかと思えます。

それから、私は資料1のコンテンツワーキングに参加しているのですが、そこで言っている「対価還元」に関連してコメントします。正規品の流通促進や、制作現場でのアーティストへの対価還元を確実に行うようにするという事とともに、一番、対価を還元されていないのは違法・侵害による海賊版対策です。このことを忘れず、海賊版対策の工程表を今後は、第3フェーズに向かって速やかに進めることをお願いしたいと思います。

そして、第1フェーズでの正規品の流通とかコンテンツのアーティストたちへの収益の還元という部分につきましても、また、第3フェーズの海賊版対策についても、いずれも大事なものは、鍵になるのはデジタル化です。今、アナログでやっている、契約の捺印をして、スキャンをして、それをメールしてとか、せいぜい、その程度までしか行っていない、このアナログ状態をペーパーレスで、電子上で締結できるような、そういうシステムに変える必要があります。このコンテンツ分野ではそもそもが契約書すら作っていないという、契約リテラシーにおいて後発であるとすれば、むしろその後発のメリットを生かすような形で、携帯電話の画面で数回選択するだけで契約ができるとか、そういうアーキテクチャーを具体的に提案したり、実証実験したりしていくことによって、正規版についても、制作現場についても、また、海賊版対策についても、我々のこういう議論が実際に政策に反映するような次のフェーズに行けるのではないかと考えております。

以上です。

楠本さん、もし、アメリカなどで、どうやって迅速な支援ができているのかを教えてください。ただあればありがたいと思います。

○渡部座長 ありがとうございます。

堀委員が手を挙げていらっしゃいますので、お願いいたします。

○堀委員 エンターテインメントの分野で少し発言をさせていただきます。

まず、アフターコロナの話が国会議員の先生方からも出てきて、V字回復のためにコン

サートチケット優待を2,000円分やろうみたいな話が出ているのですけれども、これはお客さんには得があるのですが、ほとんど我々には得がない。お客さんは飢えていますから、アフターの段階ではどっと押し寄せる。売れているものは必ず売れる。そこに2,000円の補助は一般のお客さんに出ても、我々業者にはほとんど関係ない。

飲食業の皆さんもお困りだということは大変よくわかるのですけれども、少なくとも、この1か月間、お店を開けてきて、現金の収入は幾ばくかでもあったわけです。我々、ライブエンターテインメントとスポーツに関しては、この1か月半、現金収入がゼロです。支払いだけがずっと続いている。先ほど数か月で崩壊するという予測がありましたが、現時点でも崩壊寸前の業者さんがたくさんいます。

ライブエンターテインメントと一言で言われている中で、恐らく大方の皆さんは舞台上に出ている役者やアーティストのことを考えていると思っているのですが、そこには照明や音響や衣装やヘアメイクに至るまで、ミュージカル作品ですと大体、毎日150人ぐらいが関わっています。この人の職業が今、ゼロになっていて、とてもではないですけれども、5月6日以降もこの自粛が続いたときには、このライブエンターテインメントをつくる、支える人たちが恐らく先に倒れていく。

地方のライブも、この東京の音響や舞台監督がツアーを回っていくわけです。東京の業者が倒れたら、地方のイベントも全部倒れます。もし仮に1年から1年半後にアフターコロナというときが来たときも、出る人はいても、つくる人がいなくなれば恐らく半減します。

それで、オリンピックが延期になりましたので、この1年間、ほとんどライブイベントは、実態の総数は減る予想だったのが、1年続くとなったときに、少なくとも業者がいなくなる、場所も相変わらずないという状況が続けば、その先も多分、支える業者さんは次々と倒れていくだろう。

まず、あちこちでお願いしているのは、支えている人たちをまず補償してくれと。補償が難しければ、それに見合う基金をつくるとか、京都アニメーションを復活させたときのような特別なことができないかということもお願いしております。

今、ライブエンターテインメントを救う方策で1つだけ出ているのは、払戻しをしなかったお客さんにそれを寄附扱いにする。それで確定申告をしていただいたお客さんの税金の還付をするという話でありますけれども、これをやるにはチケットセンターから、あなたは寄附をしましたという証明を出さなければいけない。ただでさえ返金作業で、チケットセンターも何とか今は、自粛中にはありますが、シフトで毎日来てもらって、一人一人に電話して、返金の作業をやり、さらに、あなたは寄附をしますか、しませんか。するのであれば証明書を発行しますという作業をして、2万人ぐらいの公演を私どもも中止にしましたけれども、そのうちで払戻しを希望されなかった方は10人ぐらいです。10万のために数人が毎日のように電話応対をしていく。それが続けば続くほど、我々の業界自体のコストがどんどん上がっていくということが起こっています。

もう一つ、アニメの産業という話が先ほどもクールジャパンの分野でありましたが、アニメの制作が今、できていません。もちろん、アニメのアニメーターたちが密集するところに関しては、換気をしたりとかが有効な手だてだと思って毎日作業はしていますけれども、最終的にアニメに音を吹き込む、声を入れるスタジオは10畳ぐらいの部屋に10人ぐらいがひしめき合って、2つから3つのマイクを交互にやっているという一番危険な状態なのです。これが危ないということで今、アフレコの作業が止まっています。多分、アニメの公開時期もどんどん後ろに延びていくということがあります。

テレビの番組もドラマも今、全く制作が止まっています。もちろん、そこには何百人というスタッフがいて、そのほとんどはフリーもしくは零細企業の5～10人の会社から派遣で来ている。これも止まっています。今、アメリカでは、来年の夏の音楽フェスティバルも、医療関係者が中止にすべきだという話が出ているぐらい、先が見えていない状態で、このまま続いていくということが恐ろしくて、実態をまず国で把握されたほうがいいと思います。

机上の空論で大きな補償だという話をしても、恐らく間に合わないと思います。私どもの会社の所属のタレントも今、コロナに感染して、陽性の結果が出て自宅にいますけれども、最初に保健所に相談してから検査を受けるまでに1か月かかっているのです。多分、こういうことが東京で今、起こっていくのだと思うのです。この状態がずっと続くということ的前提にしていると、我々のライブイベントは多分、今年いっぱいは無理だと思っています。ですから、つくる人たちをまずヒアリングして、支援する方策をまず考えていただきたい。これだけです。

○渡部座長 ありがとうございます。

あと、最後に大崎委員が手を挙げていらっしゃいますので、お願いします。

○大崎委員 吉本興業の大崎でございます。

最後の御提言、誠にありがとうございます。皆さんの御意見の中で、要は反転攻勢といえますか、社会変革をこの時期に大きくするという御意見だと思います。

まず、もちろん、止血というものが何よりも大事ですけれども、殊にここに来て、止血と攻守。この3つをやらなければいけないのではないかと考えております。

先ほどからPPPのことも出ておりましたが、5～6回ぐらい前の委員会でも少しだけ発言させていただいたのですが、やはり世界に配信できる官民連携のプラットフォーム。そういうものが必要ではないかと考えております。

コンテンツファーストからの連携ということになれば、いろんな様々なエンターテインメントのもっと連携ができると思います。そうすることによって、海賊版の問題であるとか、クリエイターやアーティスト本人たちへの適正配賦とか、著作権等々の諸問題、あるいは分野自体の個々のアーティストへの支援のつながり、もちろん、世界に配信するコンテンツづくりみたいなことが速やかにといいますか、スピード感を持ってオン・ザ・ジョブ・トレーニングで進められるのではないかなと思っています。

当社も数年前にクールジャパン機構様とNTT様と当社、数社で海外の配信コンテンツのプラットフォームをつくりました。例えばそれを皆さんに御利用いただいて、思い切って進めていくみたいなことができればなと思っております。

当社などでいいますと、今期、来期、100億円弱ぐらいの資金調達をしないと、次回のこの知財委員会には私は出席できないぐらいのことなので、本当にスピード感を持って止血、攻守ともにやらねばと思っています。どうぞよろしく願いいたします。

以上です。

○渡部座長 梅澤委員から御紹介があるということで、どうぞ。

○梅澤委員 先ほど堀委員からお話がありました、特に様々なライブ分野の現在の窮状ということで、実は過去2週間ほどで、アーティストの方々を中心に、その周りの制作者の方々を含めて3,300人ほどからアンケートを集めました。今、チャットのほうにリンクをお送りしたので、御関心ある方はぜひ御覧いただければと思います。それから、現場の雇用という意味で、事務局の方々にもぜひ御参考までに御覧いただきたいと思います。

堀委員のおっしゃっているとおりで、本当にこの1か月、仕事がありません。これから先、いつまでこれが続くのか分からないので大変不安です。そして、特にフリーランスの人はアーティストも、それから、制作関係のエンジニア、例えばライブでいえば音響とかビジュアルとか、それから、照明とかのエンジニアの人たちもほとんどフリーランスなので、イベントがなくなった瞬間に一切収入がなくなる状況が続いていますというところで、相当厳しい声が様々上がっています。

もう一つ補足したいのは、音楽でも演劇で本当に新しいものをつくっているのは、実は小さい箱、いわゆる小箱です。小箱で若いアーティストの人たちが実験的なことをやって、それがある程度ファンがついてくると、中規模、大規模の箱になって、商業の採算に乗ってくるという、この文化の一番起点になっている小箱というものは大体、個人企業あるいは個人のオーナーで、彼らが自分の目利きでキュレーションをしてやっているところです。

したがって、不動産の箱はコロナの期間が終わっても残っているかもしれませんが、こういう方々が廃業してしまうと結局、文化の0・1のところを生み出していく場がない、若いアーティストが発表する場がないという状況になることがはっきりしていて、かつ大手の資本の傘下に入っていない人たち、あるいはこういうプレーヤーをどうやって救っていくかというのも止血という意味で大事な視点であることを補足で述べさせていただきます。

ありがとうございます。

○渡部座長 ありがとうございます。

楠本さんも何か御紹介ということでございましょうか。

○楠本参考人 林委員から御質問があったことについて、ちょっと御回答したいと思えます。

アメリカの支援プログラムはいっぱい、いろいろあるのですけれども、チャットのほう

に貼り付けさせていただきました、新型コロナの財政支援策というアメリカの全体のプログラムです。そのプログラム概要の（２）、PPPというのはPaycheck Protection Programです。要するに、雇用を維持するプログラムということだと思います。

さっき申し上げたように、中規模の非上場の、つまり資金調達がそんなに潤沢でない店舗展開企業というものが今の制度の中で物すごくあおりを受けています。アメリカはこれに救済する上でのPPPというプログラムを、従業員500人未満の会社に対して総額10億円が借入上限という制度です。

御質問の趣旨はその登録受付方法ということなのですが、画面に記載しておりますように、結論から申し上げますと、オンライン申請になっています。取引のある銀行に対してこれを届け出れば、それで承認が下りる。非常に簡略化されたプログラムということで、このようなやり方は非常に参考になると思います。

なお、日本政府の皆さんも、たしか一律補償の200万円という制度をこの間、108兆円の中から発表されていましたが、そちらについてはオンライン決済申請の仕組みを取っていただいているので、そういったプログラムがどんどん加速されている。

クールジャパンの文脈で見たときに、非上場の会社というものは中小企業という言い方だけではなくて、それなりに、しかも多店舗展開しているということであって、結構ユニークな会社が多くて、そういう場所がただ単に食を提供するだけではなくて、いろんなエンターテインメントの変動だったり、これから先のインバウンド戦略にとっては欠かせないプレーヤーになっていくと思いますので、そういったところにフォーカスしたPPPの制度は参考になると思います。

○渡部座長 よろしいでしょうか。

ありがとうございました。

それでは、コロナ関係はほかにも様々あるかと思います。これは文書で事務局のほうにお寄せいただければと思います。日々刻々、状況も変わっておりますので、お気づきの点、新たな課題等については事務局のほうに文書でお寄せいただければと思います。

それでは、後半のデジタル知財戦略、知財戦略の社会実装、地域価値ワーキンググループの開催報告で、後半は少し時間を圧縮していきたいと思いますので、事務局より簡潔な説明をお願いできればと思います。

小林参事官、お願いいたします。

○小林参事官 知財事務局の小林です。ポイントをかいつまんで御説明していきます。

1つ目はデジタル知財戦略で、資料4になります。これから資料4、資料5、資料6、そして、立本先生の資料7という形で使っていきます。

資料4ですけれども、めくっていただきまして、2ページをお開けください。前回御報告したとおりですが、経営デザインシートというものを使いまして、企業が将来構想するという中で、まず実際の企業の方がどういうふうにデジタル・トランスフォーメーションを実現したかを掘り下げていくというところをやりました。

次の3ページになりますと、リクルートの例になります。前回も御紹介しましたけれども、①～④のポイントがあります。①はグローバルIT企業にトランスフォーメーションするという決意であるとか、②ですが、ユーザーエクスペリエンスをいかに提供していくかというところ。③ですけれども、個人と企業との「出会い」という、リクルートさんが進められているリボンモデルというもの。④ですが、その背景に資源としてエンジニアがいたということなどが出てきたというものになります。

4ページになります。小松製作所さんも同じような形で掘り下げてみましたというのが今回の新たな報告になります。

ただ、ポイントとしては、先ほどのリクルートさんとかなり近寄っているところがあります。やはり経営者の方がデジタル・トランスフォーメーションの目的というものを理解し、やり遂げるところが①です。②ですけれども、やはり施工だけでなくその他の各プロセスというものをお客様に対して提供するであろうというところが②の価値です。③になります、ビジネスモデルとしまして建機です。コマツさんですので、建機の付加価値の向上などというところのお話がありました。最後は資源ですけれども、やはり人というところ。スマートコンストラクションコンサルタントという方であるとか、一流のエンジニアなどがキーワードとして聞かれたところがございます。

それらをまとめると、ちょっと飛びますけれども、6ページを開いていただけますでしょうか。デジタル・トランスフォーメーション成功に向けたポイントはどこかというところを経営デザインシートの視点から見てみましたということになります。経営デザインシートは、これから各企業の方にいろいろ使っていただきたいというところもあるのですが、そのポイントが①～④にまとまっていきます。

①ですけれども、経営者の方のコミットメントというものはしっかり書かれているかという部分。②ですが、実際にお客様に対してどういうエクスペリエンスを提供していくか、どういったメリットがあるかというところはしっかり書き込まれているかというところ。③はビジネスモデルになりますけれども、向上したエクスペリエンスを生かしたビジネスモデルはしっかり記述されるかというところがまさにデジタル・トランスフォーメーションに関係するという部分になります。最後ですが、そういったビジネスモデルの背景にある資源の部分になりますけれども、データであるとか人材。その他外部リソースがしっかり記述されているか。こういうところのポイントを押さえていくことで将来構想すると、デジタル・トランスフォーメーションの実現に向かうのではないかというのが今回の一つの結果というところになります。

次に7ページになりますが、今後の取組の方向性ですけれども、①ですが、こういった経営デザインシートの活用をやはり我々として後押ししていきたいという部分。2つ目ですけれども、今回は2社ありましたが、さらに具体的な事例を引き続き収集し、次につなげていくという部分です。ただ、それだけではなくて、③になりますけれども、下のほうに4つぐらい列記してございますが、構想委員会で提示された各課題というものがござい

ます。

そういったものにつきましては、引き続き関係府省と連携しまして、取組を行うということで、例えば次のページに参考をおつけしてありますけれども、様々なところで、ITであるとかデータ、AIの活用というところを議論されています。例えば上から3つ目、4つ目などにありますが、データのフォーマットであるとか、下から2つ目ですと、国際標準などというキーワードも出てきます。そういった取組も含めまして、我々も様々な関係府省と協力し、連携してやっていくところがデジタル知財戦略の出口ではないかというところになります。

続きまして、社会実装のほうのスライドになります。資料5になります。

社会実装で、1回議論させていただきました。その結果が2ページになります。1回、電通さんに来ていただきまして、プレゼンテーションさせていただきました。そのときの議論の振り返りが2ページですけれども、一番上にあります。やはり世界的に技術面であるとかソフト面。そういったところのスキルを持った方々が不足しているであろうというところで、その中で世界はどういう取組かといいますと、一つはそういった技術的なソフト的のところ、スキルを持たれた方の柔軟な働き方が一つありますし、ただ、それだけではやはり人は足りないということで、社員をいかにスキル強化していくかということでリスキリング・アップスキリングなどというお話がありました。

あと、ほかに当日あった議論としては、下から2つ目ですが、スペシャリストの方をマネジメントする経営層にも意識・能力が重要ではないかというお話であるとか、ちょっと地域の話もございました。一番下になりますけれども、そういったスペシャリストのような経験が豊富で能力が高い方々をしっかりと地域に橋渡しする必要があるであろうなどというお話があったということで、振り返りがこの2ページになります。

そして、次の3ページでございますが、先ほど来、出ていますが、コロナウイルス感染症の拡大に伴う社会変革の加速という部分になります。先ほどございましたけれども、1つ目がリモート化やデジタル化というものが加速していますし、その続きですが、先ほど柔軟な働き方などというものがございましたが、そういったものが今、この場で求められている、加速しているという状況になっています。3つ目にありますけれども、これは前日の御議論にありました、先ほどから出てきますが、そういった制度やルールの迅速な対応などもございましたというところになります。

本件の出口になりますけれども、下の緑の枠になります。前回、電通さんのほうからリスキリング・アップスキリングなどというお話がありました。具体的な調査という部分につきましては、具体的にどういった形でそれをするのかというのはまだまだこれから調査・把握していきたいと思っているのが下の緑の枠の2行目に書いてある部分でございます。そういったものを把握しつつ、いろいろな教育機関の方々と連携しながら、具体的な手法の活用を促していく必要があるのではないかとというところで問題意識を持ってございますので、そういったところを引き続きやっていくところが今回の結論といいますか、出

口として御紹介になります。

以上が、駆け足になりますけれども、社会実装です。

画面に出っていますが、次が資料6になります。もう一つ、地域資源の活用ということで地域価値ワーキンググループがございました。それについて、全4回といいますか、4回目は今、書面開催ということで進行中という形になりますけれども、その報告になります。

2ページに行ってください。この地域のワーキンググループで着目した地域の課題というものを主に2つ挙げています。1つ目、一番上にありますが、人（人材）・資金の不足ということで、エコシステムという観点から人（人材）・資金をいかに循環するか、いかに呼び込むかというのが1つ目の課題。2つ目ですが、そういった地域活性化活動の継続が難しい、持続可能性という部分。この2つに注目して検討を進めてまいりました。

次の3ページです。我々は、このワーキンググループのほうで御議論いただきまして、地域価値エコシステムの理想像を描きましたというところになります。文字でただらだと書いてあるのですけれども、次の4ページ以降で実際にモデル図として御紹介していきたいと思います。4～6ページでモデル①、モデル②、モデル③として3つのモデルというものを取りまとめたところになります。

今、見ていただいている4ページは、一言で言うと、脱平均モデルというものです。下の絵のポイントだけ御説明すると、真ん中に「地域価値の創出」というところに「素材×磨き上げ」というものがあると思います。まさに地域にあるとがった素材を磨き上げて外に出していくところから人とか資金の循環を生み出していこうというモデルになります。脱平均モデルと呼んでもいいかもしれません。そういったモデルになります。

次の5ページをお願いします。これが次のステップといいますか、融合のモデルというふうの一つ言えるかもしれません。一つ、下のほうに大きな楕円がございましたけれども、そういった方々、地域の各主体の方々がネットワーク、コンソーシアムみたいなものを組んで、地域の価値を創出していくところで、融合モデルというふうに呼んでいるものになります。地域の方々がそういったネットワークの中で、枠内に3つございますが、地域内の素材とか地域外の素材、そして、両者の融合。そういったものから新たな価値を生み出して、地域内外に出していくという部分。これがこのモデル②のポイントになります。これが融合モデルになります。

めくっていただきまして、6ページです。これが最後になりますけれども、コ・クリエイションモデル、共感モデル、共創モデルという形で呼べるというモデルになります。先ほどに加えて一つ大きな違いというものは下の部分ですが、もちろん、融合は生じているのですが、その一つ先、地域内外のメンバーによる共創（コ・クリエイション）が生じている。そういう場が地域内で起きているという部分が大きなポイントになります。上から緑の矢印が幾つか伸びていると思いますけれども、地域外の人が入っていく、地域外の資源・素材が入っていくという部分、そして、地域の方々のニーズ把握、さらには左側の太い矢印ですが、フィードバック。そういったところから持続的に地域の価値を生み

出していく。この共創まで生み出していくのがポイントになります。

こういった3つのモデルがあるであろうというところを取りまとめたのが今回のワーキンググループの成果になります。

次の7ページをお願いします。詳細については割愛しますが、こういった地域価値エコシステムをどういうふうに組み立てていくかを時系列で①～④にまとめたというところの一つの成果になります。少しだけ御紹介すると、例えば②で、ビジョンというものをしっかりつくろうとか、④ですが、先ほどの共創モデルになりますけれども、そういったモデルでフィードバックを受けながら、随時見直す必要があるであろうというところをポイントとして挙げている部分になります。

8ページをお願いします。では、ワーキンググループの中で、政府はどういう取組をすべきかというところで3つ御提言いただいたという御紹介が、最後になります。

一番上ですが、地域の特性というものは様々変わってきますので、地域の課題等の把握につながるチェックリストみたいな、例えば自治体の方が利用するようなものを用意すると、こういったエコシステムを構築するにあたっての取組が見えてくるのではないかとというものを一つ、御提言としていただきました。

2つ目ですけれども、実際にやってみようということで、今回のワーキンググループの委員の方々を中心に、そういった有識者の方々を実際、地域に派遣して、こういったエコシステムを実際につくってみてはどうか、実証してみてもどうかという御提言をいただきました。

最後はちょっと社会実装にもつながる部分はございますが、まさにこういったエコシステムをつくるにあたってのプロデューサー人材、地域プロデューサーという者を例えばOJTなどによって育成を推進してはどうかなどという御提言をいただいたのが、この地域の一つの出口になります。

以上、3つ続けて御説明しました。よろしくをお願いします。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、続いて、イノベーション・エコシステムにおける戦略的標準の活用について、こちらは標準委員会の委員長の筑波大学大学院の立本教授より説明をお願いします。ちょっと時間が押していますので、圧縮してお願いできればと思います。

○立本参考人 「イノベーション・エコシステムにおける戦略的な標準の活用に向けて」ということで、調査研究の委員会を今年の1月から3月まで5回開催しました。その中で出てきた知見とか、または最終的な提言について御報告したいと思います。

スライドをめくってください。今、スライド1になっています。標準化を取り巻く環境について、まず委員会の中で検討されました。

現在、持続的な社会を、またはSociety5.0と呼ばれているような社会の実現を目指すために、この中で日本が主導権を握るためには、戦略的に標準を活用し、日本の技術のマネタイズや社会実装を推進することが必要であろう。こういう前提の下で、この委員会の調

査研究が行われております。

しかしながら、標準を取り巻く環境は大きく変化しております。1つ目は、消費者のニーズが「モノ」から「コト」へと移行している。さらに、そういったエコシステムの中の上位レイヤーにプラットフォーマー、GAFANAなどを念頭に置いていただくと分かります。ですけれども、プラットフォーマーなどが台頭することでダイナミックに市場が形成されていることはたびたび、頻繁に観察されるようになっている。さらに、システムやサービスといった横断的なテーマ。これに対して標準の戦略的な活用が求められているようなケースが非常に増えてきている。

2つ目として、デジタル革新によって新技術の社会実装が非常に短期間化している。それによって、もともとあったような分野、もともと標準があったような分野でも新しい標準が上書きして新しいエコシステムをつくるという事例も非常に頻繁に散見されるようになってきている。

3つ目に、これは国際的な視点で、特にアメリカ、ヨーロッパ、最近では中国企業も含めて、グローバルな視点で最適化されたような標準化の戦略活用が行われている。これは政府も含めて戦略的な活用がされている。例えば、調達の基準に標準規格を使うことによって、国内外の先端技術を採用できるようになるという話がこの話であります。もしくは企業レベルで言うと、戦略的標準をつくることによって先行企業の競争力を無力化するような動きも散見されるようになってきている。このような新しい動きがあるというふうに報告されています。

スライド2をお願いします。このような現状を踏まえて、委員会では日本が抱える主な課題として以下のような御指摘がございました。大きく分けて2つあります。

1つ目は、横断的なテーマへの対応がちょっと課題としてあるのではないかと。日本企業の多くは、自ら有する技術シーズを出発点に戦略の検討を進める傾向が強いです。2つ目に、各分野の研究機関や省庁がそれぞれの領域ごとに検討を進めている。多様な関係者による俯瞰的・複眼的な視点による検討が不十分であるという指摘がありました。結果、創造を目指す市場に係るようなビジョンが描かれなまま個々の実証のみが行われる。そういう傾向があるのではないというふうに御指摘がございました。

2つ目に、今度はアジャイルとかスピード感のところですが、失敗や批判のリスクを警戒して、先行きが不透明な先進的な行動を起こす際の不安が大きくなりがちである。その結果、変化への対応スピードが遅いということが散見される。または、同業他社に標準作成に向けて先導するような、これはリーダーシップを発揮する企業が現れにくい。特に日本国内の競争環境では、そのリーダーシップを発揮するような企業が現れにくいという競争環境になっているため、なかなか国際交渉で柔軟性がなくなるということも御指摘事項として挙げられました。

スライド3をお願いします。以上のような認識から、官民における取組の方向性として、次のような点がまとまりました。

1 点目として、これからイノベーション・エコシステムにおいて、戦略的に標準を活用するためには、次の3つの点が重要であろうという話がありました。1つ目が、社会に提供する価値（社会課題の解決）を構造する力が必要である。2つ目に、全体的な方策（アーキテクチャー）の設計や、そのシステムの実現において、横断テーマを含めた戦略的どのような標準が必要かを検討するような力が必要であろう。3つ目として、関係者でコンソーシアムを組みながら、迅速に標準形成をするような手法とかそのような場をどうやって活用するかという判断をする力が必要であろうという話が出ました。

その3つの話を受けて、その実現に向けて、以下のような意識改革や支援機能が必要であろうという話が出ました。例えば、その中で官民の意識改革や、もしくは民間企業を含むような関係者が有機的に連携して、世界の潮流や動向を分析して、アーキテクチャーの設計など、全体最適の視点から標準活用を支援するような機能やプラットフォームが必要であろうという方向性を取りまとめました。

次のスライドをお願いします。このような視点に立った上で、海外の標準の戦略的な活用事例を幾つか調査いたしました。

その中でも、例えば初めに挙げているようなスマートシティのデータ・プラットフォーム化。これはGoogleが主導しているようなスマートシティのデータ・プラットフォームのプロジェクトですが、こういうものがあつたりとか、あとは幾つか挙げていますが、今日は時間がないので余り深くは入りませんが、特にアメリカのNIST、アメリカ国立標準技術研究所の役割などもこの事例研究の中では大きく取り上げられまして、例えばNISTの策定標準が政府調達基準に使われる。これはかなり大きい、強い標準の使われ方だと思いますが、非常に市場形成であつたりとか競争環境整備に標準が活用されているということがよく分かりましたというのが報告されました。

次のスライドをお願いします。最後に、官民による取組の提言について、3つのカテゴリーでまとめて提言いたしました。

1つ目が、官民の意識改革ということで挙げさせていただいています。官民の意識改革として、国や企業の経営者自ら、戦略的な標準活用に対する意識改革が必要であろう。まずそもそも、この標準が非常に重要であろうという話を、意識改革をしていただくことはやはり重要であろう。さらに、標準活用人材の採用や育成、加えて、国内外の関係者が集うコミュニティで中長期的にネットワークを築くことができる人材の登用が必要であろうという話もこのカテゴリーの中でまとめさせていただいています。

2つ目のカテゴリーとして、官による標準化支援が必要であろうというカテゴリーで提言をまとめました。この中では、例えば関係省庁や各分野、日本の中にはこういう標準に関係する省庁や研究開発法人が複数あるわけですが、これらを個々に活動していただくだけではなくて、横断的なプラットフォームとして機能するべきであろう。そのためには、国プロによる好事例や課題を洗い出すとともに、その上で標準活用支援プラットフォームの実証として構築するような動きも必要であろうという話がこのカテゴリー2の定

義の中に出ました。

最後の 카테고리 3 の提言の中で、グローバルな視点での戦略構築というところを御説明します。必ずしも日本の国内だけの話ではなくて、海外も含めた国際競争力の話が必ずあります。その中でも、日本にとって非常に重要なASEANなど周辺諸国への普及に向けて、日本が強みを持つ技術。特にこれは先端技術に限らず、例えば物流の配送技術であったりとか、そういうものも、必ずしもハイテクではないのですけれども、ASEANなどの周辺諸国では非常に求められている、ニーズがあるということで、知見のところからそういうニーズに対して、標準を活用しつつ、解決策の提案や当事者である周辺諸国と共同実施を推進するなども必要であろう。さらに、NISTにおける標準と政府調達との連携などを一つのモデルとして、このような戦略的な標準の使い方も日本国内で必要であろう。また、このNISTを始めとしたような諸外国の既存の組織等との連携も必要であろうという話が 카테고리 3 の提言として、グローバルな視点での戦略構築として提言がまとめられました。

最後のスライドをお願いします。この委員会の委員のメンバーリストと、1月から3月まで開催いたしました内容について概要を記載しております。

以上で報告を終わります。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、この後半のトピックについても意見交換を、ちょっと時間が押しておりますけれども、20分ぐらいで進められればと思います。また「挙手」ボタン等をお使いいただいております。いかがでしょうか。

喜連川委員は、御発言でしょうか。

お願いします。

○喜連川委員 今回の議論でポストコロナという視点でのお話があったと思うのですが、私も、ポストコロナが物すごく重要だと思うのですが、それと同時にインコロナといえますか、コロナ最中での考えも非常に重要ではないか。私は東京の中で一番、感染者数の多い世田谷に住んでいるものですから、ほとんど余命がないのではないかと思います。生きていく次第であります。

そんな中で今、一つ御意見が出ていますのは、皆さんも新聞等で御覧になられていますように、Googleとアップルが連携しながら感染者の軌跡を同定するというのを5月ぐらいに行動ができるということを発表しているわけで、日本も同様なことをやろうとしているようなところがありますけれども、私の理解では、これはシンガポールが世界で一番初めにやりまして、ここはアノニマイズしていますが、一方、韓国はもっと制度が厳しくて、全ての感染者の場所を公開しているということもやっているわけです。こういう情報というものは、恐らく今までいわゆるリアルデータと言っていた、いろんな民が持っている企業のデータの価値、つまりノンGoogleのワールドの価値とは全然違う社会価値を持つようなデータになってきているのではないかなと思っております。

つまり、この構想委員会の中で一つの観点としては、今後はデータのことをしっかり考

えましようということをおっしゃっていただいた前々回ぐらいから議論が進んでいると思うのですが、今、世の中で重要になっているデータというものは従来のデータとは全然とプロパティが違っていると感じています。例えば、政府が緊急事態宣言をしたということから介入をかけたわけですけれども、それによって国民の様態がどれだけ変容したかということは、実はキャリアを通じると分かっておりまして、20代が案外、非常にオビディエントに動いているということも分かっていますし、行動のシュリンクというものも取れています。

こういうものは国家のアセットとしてのデータなのです。先ほどのGoogle、アップルみたいな話がありますが、あのデータというものが本来そういうベンダーに渡っていいのかという問題も出てくるのではないかなと思います。今後、スペイン風邪のように、第2波、第3波、特にニューヨーク、ヨーロッパというものは激烈に、我が国は武漢から来たわけですけれども、これは非常に弱いコロナなわけですが、今、ミューテーションが起きまして、圧倒的に厳しい形に変容しているわけです。

また別の例で言いますと、例えば我が国はクルーズ船が大変だったわけですけれども、あのときのどう対処したかというデータはまた非常に重要で、実はこれはアメリカとのミューチュアルなやりとりの中で随分活用されている。こういうデータに関して一度、こういう知財戦略の構想委員会の下でも、ソーシャルアセットとしてのデータという議論もどこかで議論を開始するような段階になっているのではないかなと思って、少し一言申し上げさせていただきました。

以上でございます。

○渡部座長 ありがとうございます。

今「挙手」ボタンはおられないでしょうか。どなたでも御発言いただければと思います。いかがでしょうか。

瀬尾委員、御発言でしょうか。

○瀬尾委員 すみません。先ほどとちょっとかぶってしまうかもしれないのですが、一言申し上げたいのが、今、策定している知財戦略2020というものは昨年の検証を基にずっと検討してきたものになります。ただ、このコロナの状況というものは本当に緊急事態だと思うので、これ自体については柔軟性を相当持たせて、例えばこの延長線上で本当にいいかどうかということは多少走りながらも検討していかないと、全く今後の社会状況と離れたことまでも、去年決めたことだからといって進んでしまうとリソースの無駄になるという気がしますので、今年の緊急事態について非常に柔軟な考え方を持って今後進めていったほうがいいのではないかなというのの一つ。

もう一つは、例えば地震とかそういう場合は突然に被害ができて、その被害の規模が予想できないのですが、今回のコロナは比較的時間がかかって進行しているものから、被害が想定できると思うのです。とすると、起きてしまってから後追いにならないように、今から迅速にパッチを当てていくことができるような災害ではないかという気が

するのです。それにも、先ほどの柔軟性もありますが、抜本的にかなり柔軟に、かつこれまでの会議の仕方は2020を決めたら終わりとか、また次年度とかではなくて、かなり継続的に知財の面からどういうふうにして、この災害に対策できるのかというものをかなりスピード感と柔軟性を持ってやっていかないと、何かずれてしまうと手遅れになる。先ほど申し上げたような、コンテンツのインフラが破壊されてしまうということにもつながりかねないと思いますので、迅速性と柔軟性ということを少なくとも今年もしくは来年の知財計画においては持って継続していくことが重要ではないかと思います。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。おっしゃるとおりだと思います。

ほかはいかがでしょうか。

すみません。しゃべり出していただければ、そちらにマイクが行きますので、どなたかおられませんでしょうか。

では、川上委員、お願いします。

○川上委員 コロナが知財に対してどういう感じで影響するのかということ考えた場合に、そもそも知財というものは実際の「モノ」よりも「モノにまつわる情報」に価値がある。そういう考え方だと思うのですが、今、コロナで問われているのは、そういうふうに情報に価値がある対象がコンテンツみたいな、特許みたいな、そういうものだけではなくて、人間そのものも情報として価値があるというふうにみなさなければいけない。そういうふうに解釈すべきなのかなと思います。

そうすると、今までは人間が実際にどこかに出頭したり、出勤したり、人間の体が存在しないと人間という価値はないというふうに理解されていたのですが、これからは映像だけですとか、音声だけですとか、もしくは文字だけですとか、そういった情報自身を人間としてみなすようになる。そういうことが知財の延長線上で捉えた場合の、コロナがもたらす世界に対しての影響なのではないかなと思います。

そうして見た場合に今、アフターコロナでもいろいろやるべきことはあると思うのですが、まず、一つは人間がいなければいけない、実際に体が行かなければいけないということは今でもいろいろたくさんあると思うのですが、そういうことの一つ一つを潰していく。デジタルで済ませるようにするということが一つ。

もう一つは、人間自身をロックする方法として、今までは例えば何か従業員を雇用する場合でも、実際に時間と空間というものをオフィスによって支配することで従業員をコントロールしていたわけなのですけれども、そうではなくて、デジタル的に支配する方法というものが今後は問われていくのではないかと。リモートで働いている人が本当に働いているのかどうかとか、その人が本当はどこにいるのかとか、何をしているのかということを経営的に管理して、そのことでもって、その人をちゃんとコントロールしているというふうに認証する仕組み。こういったものが今後のアフターコロナの世界に重要なのではないかと思います。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

杉村委員、落合委員、山本委員の順番でお願いします。まず、杉村委員、お願いします。

○杉村委員 ありがとうございます。杉村でございます。

標準化の御説明、ありがとうございます。例えば、デジタル技術を流通させていくためには「標準化」は重要な一つの手段ですので、日本として戦略的な標準の活用の在り方を考えていく必要があると思っています。

それと、先ほど事務局の方からも御説明がございましたように、デジタル知財戦略のところで、経営デザインシートを活用して企業のDXを後押しをするという視点はこの委員会で議論をしてきたところですが、今年に入り、急にコロナの影響が経済に大きく響いているところで、先ほど地域知財のお話もございましたが、特に中小企業、そして、地方の中小企業におきましては、経済活動がストップしているような状況が広がりつつあると聞いております。

したがって、有識者を地域エコシステム構築支援に派遣するという事はアフターコロナにおいては重要な施策であると思いますが、現時点でコロナがどこまで経済活動をストップ・減退させるのかという状況が見えない中で、コンテンツ産業に加えて、どのように日本のものづくり、日本の製造業、特に中小製造企業を支えていくかという視点と、その中でデータをどのように生かすことができ日本の中製造企業を支えられるのかという方向性は早急に検討していく必要があると考えております。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

それでは、落合委員、お願いします。

○落合委員 こんにちは。大分お久しぶりになってしまいましたが、落合です。

今までは委員会と仕事が重なって、なかなか参加できなかったのですが、このリモートワークの時間になって参加できるようになったので、お話しします。

ウィズコロナ、アフターコロナのような議論は、私が携わっている番組や研究室において議論をしていて、少なくとも幾つか、最近まとまってきた考えをシェアしようかなと思います。

私はウィズコロナの観点が結構長い間続くのだろうというのが一点あって、そうしたときに私が課題だと思っていることの一つがデジタルとアナログの分離ということです。私の研究室では、デジタルとアナログの融合を推進することで、リッチな体験をいかにデジタルにつなげて、さらにアナログの価値を上げていくのかという方針だったのですが、このデジタルとアナログが分離される部分は評価軸が変わってきたと思います。

デジタルを生かしてアナログの価値を高めて、そこの付加価値を刈り取ってもらう。つまりはおいしく見せるとか、既にそこに物質的な価値があるものをデジタルで付加価値をつけるということは非常に楽だったのですが、デジタルだけで何かの消費行動を回

さなければならぬとなると、これはまたやり方が変わっていくのかなと思っております。

ここをよく議論した結果、私は今のウィズコロナの時代の特徴はファーストクラス、ファーストリビングの闘いだと思っています。ファーストクラスは皆さん乗るときにどう思うか分からないですが、ネットカフェぐらいの幅の状態になぜ何十万円もお金を払っているのかと私は思うのです。

例えばファーストクラスは何かというと、画面があって、映画を見て、食事をして、アルコールが注がれるという状態で、人はなるべく活動せずじっとしている。

エコノミー症候群になる人もいるように、現在の我々のように封鎖された個室生活の中で、一見するとリッチで密な状態なのにもかかわらず体も動かさないということで行動が低下している状態です。恐らくはそれがオープンでスパースな、よく我々の間で開疎化という、開けていくまばらな状態というものを、この密々な状態からどのようにして目指していくかというところで考えなければならない。マスは付加価値が乗ってしまった既存の体験にコストが払えないまま身体的には動けなくなるという状態がしばらく続く中で、身体的に動かないマスに対してどのようにしてデジタルを使って商売をしていくのかというところは考えなければならないと思っています。

そういった中で、例えば私は日本科学未来館の展示を作ったり、日本科学未来館にラボを作ったり、そういうことにも携わっているのですが、美術館や科学技術のミュージアムなどの、そういった展示方法も抜本的に変わってきて、今、我々が例えば不完全なVR、不完全なセカンドライフ的な価値観を使って美術館の内容を届けるというのは全くうまくいかないわけです。私は、コロナの影響で中止されたサウス・バイ・サウスウエストのディレクターをやっている状態で、現地で開催できない代わりに、先日、日本科学未来館で中継のイベントを実施したときには安全衛生に十分配慮をした上で、スタッフのみで行いました。スタッフの距離をソーシャルディスタンスを常に意識しながら、アルコール消毒をして、入り口でマスクを配って、手袋をしてもらったような体制で実施したのですが、このような準備をしていくことを考えると、今後は美術館や博物館に入るときには、皆さんもVRゴーグルをかけるときに忍者マスクのようなものを着けたことが一回はあると思うのですが、あのように、手袋をして、マスクをした上で、そういったオフサイトの体験をするようになっていくのかなと思うのです。

私はこの変化は、スイッチをいきなり押されたような、極めて大きな社会的な変化だと思っています。例えば今、ウェブのトラフィックを見ていると、モバイルのトラフィックを凄まじく探っていて、しかしながら、ウェブのパソコンアクセスのトラフィックが非常に上がっている状況はいきなり20年前に戻ってしまった状況に近いので、その中でどうすればデジタルだけの付加価値をつくっていくか、逆に言うと、アナログ体験をするには順次的にどう当てていくかのようなガイドラインが必要で、どこまでをオープンソースに、どこまでを知財にしていくかのようなものは何か考えていかないといけないかなと思っています。すみません、僕は実はこの委員会で発言するのは初めてのことで、お許しくだ

さい。

○渡部座長 ありがとうございます。

ちょっと時間が来ておりますけれども、10分から15分程度延長させていただきます。

次に、山本委員、御発言よろしくお願ひします。

○山本（貴）委員 山本です。

標準化とはちょっとずれるのですが、東京大学の医科学研究所の井上教授がコロナに効くのではないかという肺炎の薬、ナファモスタットというものを発見して、これを3月18日に発表したのですが、実は私たちは、これは世界にコロナの終結まで、できればどこの会社にでも無償でライセンスをしようということを今はまだ考えて、それをどうやれば動かせるのかということは今、検討しています。

そうしているうちに、実はスタンフォードの研究者たちが中心に、アメリカではコロナ対策に使える特許は無償開放をしようというコンソーシアムのようなものが、これはある種の標準化みたいな、草の根運動と言ったほうがいいのかもかもしれませんが、いわゆるNISTが認証する標準化とは違いますが、そういう動きが出てきている。

知的財産ということに関して言えば、本来は特許庁のほうで、これは国家の危機であるので、裁定実施権を使えばいいという判断をしていただくのもあるかもしれませんが、御案内のとおり、裁定実施権というものはいまだに使われたことがないので、そういう意味では私たちはコロナに関係する知的財産をいかに早く、困っている人たち、患者さんですとか医療関係者に届けるかということを考える必要があるのではないかと。これは標準化とは少し方向性が違いますが、そこが必要かなと。

あと2点申し上げたいのは、コロナの影響というものが、先ほどからコンテンツの部分でもありましたけれども、何となく4月中休んでいけば解決するというふうに、ちょっと読みが甘いかもしれない。例えば、あと1年続く、2年続くという想定も必要なわけで、そうしたときに、先ほど喜連川先生からありましたが、インコロナ、コロナ中に何を対策を考えなければいけないのかという、よりシビアなシミュレーションが必要で、先ほど堀委員がおっしゃったようなフリーランスをどうするかという話で言いますと、例えばフリーランスの人は確定申告の書類を持っていったら、2年前でもいいですが、2年前の確定申告書を持っていったら、例えばその9割か8割は失業者扱いで失業手当を出すとか、フリーランスですとどうしても失業手当が適用されないと思いますから、そういうことを具体的に考えないと、対策をしましょうといっても最初の一步が出ないのではないかなということを考えております。

あとは、ポストコロナを考えたときに、オリンピックや大阪万博があるからいいというふうに考えるのではなくて、ある種の、オリンピックもありますし、大阪万博もあるし、5Gもやってくるのですが、それはみんなの中にすごく記されていることなので、新しいニュースにはならないので、違う知のニューディールみたいなものを考えていかないといけないと思っています。これはコンテンツの分野ではアウトバウンドとかインバウンドを想

定して、今からそういう、どういう知のニューディールをつくっていくのかということはこの委員会で、まさしく構想委員会ですから、検討していくことが重要ではないかというのが私の意見です。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

梅澤委員、お願いします。

○梅澤委員 ここまでの議論とあまり関係ないのですが、内閣府、それから、内閣官房の幹部の方々がいらっしゃるので、問題提起です。

コロナ対策のメニュー、各省は毎日アップデートしています。経産省、それから、雇用関係で厚労省あるいは日本公庫、様々なところに重要な情報が眠っているのですが、これは多分、素人は重要な情報に行き着かないと思います。

それでお願いは、内閣官房になるのですか。横串を通せるところで、毎日アップデートする形のリンク集と、それから、こういう人にはこちらという、最小限のガイダンスをとにかくリアルタイムでアップデートしていくようなオペレーションはできないでしょうか。

各省からの情報を集めて、一人の方が概要を理解して、これは誰向けなのかというものをちゃんと割り振りができるよう、割り振りさえできれば多分回せるオペレーションではないかなと思います。御検討ください。

○渡部座長 ありがとうございます。

あと、どなたか御発言の方はおられますか。

杉村委員は手を挙げていらっしゃいますか。よろしいですか。

ほかに御発言の方はおられますか。

どうぞ。

○杉村委員 杉村です。簡単に申し上げます。

今の山本委員のご発言との関連です。現在、一部の国立大学と企業の方たちが連携をして、コロナ関係の特許について、一定期間、無償ライセンスをするプラットフォームを早急に立ち上げる動きが加速していると聞いておりますので、そのようなプラットフォームが近日中にオープンになることを期待しているところでございます。

以上です。

○渡部座長 ありがとうございます。

ほか、御発言の方はおられませんでしょうか。よろしいでしょうか。

もしよろしければ、こちらもいろいろ、コロナ等の関係でむしろ議論があるところがたくさんあると思います。こちらもまた、事後で結構ですので、事務局のほうにお寄せいただければと思います。

それでは、ちょっと予定の時間を超過しておりますけれども、この議論を踏まえて、これは2020の取りまとめというものは一応、計画としてはそういう形になっておりますが、今日いただいた意見を踏まえて、どういう形にするかということについては、事務局で検

討していただきたいと思います。

最後に、局長より総括をいただければと思います。よろしくお願ひいたします。

○三又局長 ちょっと時間を過ぎまして、ありがとうございます。非常に幅広く、それから、短期のことから長期のことまで、大変様々な密度の濃い御意見を今日はいただいたと思います。一つ一つしっかり受け止めたいと思います。

それで、我々は知的財産基本法に基づいて毎年、知的財産推進計画をつくるのが義務づけられておりますので、これは肅々と、といいますか、中身については、さっきちょっと申し上げたように、現下の情勢というものを十分に踏まえた中身にする必要があると思っておりますが、時期的には5月の下旬頃を目途にファイナライズさせなければいけないので、そこについては、ちょっと私なりには今、考えはありますけれども、次回、その素案をお示しして御議論いただくということです。4月24日を一応予定させていただいていますが、今日と同じようなウェブ会議でやらせていただくことを考えております。それまでにたたき台を、とにかくドラフトをしたいと思っております。

そこでは、今日はざっとしたアウトラインはお示しした、事前にお送りした中にも4ページぐらいのパワーポイントで入っていると思いますけれども、そういう構成を基本的に考えながら、今日いただいた御意見を最大限入れていきたいと思っております。

ただ、本当に足元の止血というふうに前半のほうで特に議論があったところについては、5月下旬では遅過ぎることもいろいろあると思っております。その辺については今日、有志の方からいただいた御提言の、特に2ページにあったと思っておりますが、前半のほうで、止血のほうの話については、その取扱いについては、また梅澤委員をはじめ、代表の方と御相談をして、できるだけ有効にそれが生きるようなことを考えたいと思っております。

我々が直接こういう、特に止血の部分というものは厚生労働省とか中小企業庁と金融庁のmatterが並んでいると思っておりますが、そういったところとどうやってリンクさせていくかということ、ちょっと難しい課題ですけれども、やりたいと思っております。その部分はそういう形で、それ以外の部分については推進計画2020にしっかり今日の御議論を反映させるべく、次回までに作業したいと思っております。

ありがとうございました。

○渡部座長 ありがとうございました。

本日は、このオンラインで、一部ちょっと声が聞こえないとか、いろいろな話があるようですので、またそこら辺のロジスティックス面でも事務局のほうにフォローしていただきます。

ちょっと超過いたしましたけれども、本日の会合はこれで閉会とさせていただきます。

ありがとうございました。