

## 第10回 知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会 議事要旨

1. 日 時 : 平成30年12月18日(火) 10:00~12:00

2. 場 所 : 中央合同庁舎4号館 第2特別会議室

3. 出席者 :

(専門調査会委員)

安宅 和人	ヤフー株式会社 チーフストラテジーオフィサー
梅澤 高明	A.T. カーニー株式会社 日本法人会長
落合 陽一	筑波大学 図書館情報メディア系 准教授
妹尾 堅一郎	特定非営利活動法人産学連携推進機構 理事長
林 千晶	株式会社ロフトワーク代表取締役
加藤 宗兵衛	日本創生グループ担当常任理事 (池田祥護委員代理)

(内閣府)

平井 卓也	内閣府特命担当大臣 (知的財産戦略担当)
住田 孝之	知的財産戦略推進事務局長
川嶋 貴樹	同 次長
内藤 敏也	同 次長
中野 岳史	同 参事官
岸本 織江	同 参事官
仁科 雅弘	同 参事官
高本 純	同 企画官 他

4. 議事

開会 住田知的財産戦略推進事務局長

議事 価値をデザインすることを応援する人に関する仕組みについて

閉会 平井内閣府特命担当大臣 (知的財産戦略担当)

5. 配布資料

資料1 : 論点整理 (案)

資料2 : 価値をデザインすることを応援する人に関する仕組みについて

資料3 : 今後のスケジュール

6. 議事概要

事務局より資料1、2の説明を行った後、意見交換を行った。出席者による主な意見等は次のとおり。(必ずしも発言順ではない)

(尖った人は若いときからあらわれる)

- 日本の経済活性のために昔のホンダやソニーのような新しいものが次々と出てくることを目指した活動が重要である。そのような真に突き抜けた人は若い頃から出てくる。
- 若い世代を育てる取り組みを1年半やって、まさに突き抜けている人は若いときからあらわれると感じている。高校生や中学生のときから、普通ではないおもしろい活動をしている子たちは、特に教育を変えなくてもたくさんいる。
- 今の若い子たちは、サステナビリティネイティブで、豪華なことは格好いいことではなく、購買行動も、いかにそれが価値があることに貢献しているのかということを買う時代に彼らは生きているので、そのようなことに対する活動もどんどん広まっている。
- 大人は、若い突き抜けた人たちの声の聞き方を知らないだけで、その子たちにステージを用意してあげたら、どんどん伸びていく。その人たちを集めて見える化して、少しのお金と人のつながりを渡してあげることで効果が出るし、そこの中に知財の課題が見えてくる。
- 何か型を決めても、ベンチャーやイノベーションのエコシステムにいる人はアメーバのようで、活躍するためにはアメーバを殺菌しないことのほうがはるかに重要である。

(尖った人をサポートする)

- イノベーターはディザイアビリティ（望ましき）から先に考えて、フィージビリティ（実行可能性）は技術者の人に任せる。逆に、フィージビリティから先に考え始めてしまうと現状のインフラメントに終わってしまう。イノベーターには、フィージビリティの側のバックヤードをどのように組み合わせるかが重要である。ただ、そのような人の育成は難しい。
- フルスタックのリサーチ系の方は、最初に思いついたところから動くところまで、つまり最初のプロトタイプを1個つくるところまでは一人でやる。一方、ビジネス化するに当たり品質保証が守られたハードウェアを構築できる人材がないことが課題になる。
- フルスタック側の不利な点は、知的財産をどうやって契約書の中で守るかということである。例えばベンチャー企業をつくりビジネスをスケールさせて、その製造を日本の大企業が行う場合、大企業側の知財の方は契約に強いので、不利な契約になってしまう可能性があり、大きな問題である。
- そこで、例えば契約のひな型などを含めた大企業とのコラボに関する提言や、人材のあっせん、事務や業務のディスパッチが重要になる。
- ひな型の整理は、知財契約や投資契約などの基本的なものでよい。例えば、エンジェル投資はどのぐらいのリターンをするものなのか、もし300万円出して10%リターンするとそのベンチャーは潰れる等、当たり前のことが書いてあるものが重要である。
- 知財ひな型無料相談室があって、契約書を受け取るたびにそのレビューをしてくれるところがあったら、みんな行列をなすだろう。知財相談センターがあるが、対象は既存の中小企業であって、ベンチャーインキュベーションのような感覚にはなっていないので、対応できるようになればよい。
- 特許の実務経験の豊富な人が、メンターとして、若い子たちへ特許のアドバイスをしていて、このような人材は10代、20代には無理で、様々な経験をしてきて、本当にどこの特許でどう戦うかという実務を積んできた人のノウハウは非常に役に立つ。

- 大企業の法務が出てくると、大学もライセンスの人が出てきて、平均2年くらい交渉するので時間がかかる。本気のビジネスで、何百億円と広げていくためには知財が重要であるが、最初の中心になる知財をとれているかということ、諦めてしまっている若い子が多いのではないか。

#### (尖った人とそれを支える人とのマッチング)

- 才能がある人と支える人をマッチングするのにかについて、偉い人たちが集まって選ぶという従来の合議制では尖った人は採択されない。選ぶ人を決めて、その人の責任で尖った人を一本釣りするのが重要ではないか。
- 地方のお金や場所や技術を持っている人と、東京に集中してしまっているテックの人たちのマッチングに課題がある。地方にはリーダーシップがあり、若者の面倒を見てくれるような人たちがたくさんいる。そこで、これらを結びつけるのが重要ではないか。
- 地域レベルでもっと新しいリーダーを育てていき、その人たちが全国レベルになっていくようにするのがよい。移住とはすぐいかないの、複数拠点のライフスタイルというのを前提にしてもよい。
- 価値デザインする人とサポートする人とのマッチングで、何に注目するのにかについては、共通の要素のようなものはなく、むしろ共通にしないほうがいいのではないか。
- サポートする仕組みでは、企業側にいろいろな人が抱え込まれているので、その人たちが兼業できる仕組みが必要である。

#### (スタートアップの応援)

- スタートアップの応援は、一番早いのは買ってあげて、売り上げを立てるところに直接貢献することである。大企業や政府がスタートアップから買って直接応援することに取り組むのが良いのではないか。
- 優位な立場の大企業がベンチャーのクリエイティビティー、あるいは利益を奪っていないか。細かいコスト構造の開示を求めて、それに基づく長い調達プロセスがあり、結果的にやる気がなくなってしまう。
- 大手銀行へお金を預けるより、ベンチャー100社に投資するほうが格好いい、という文化や風土を作ることが重要である。
- 政府に関して、エストニアなどを見ると、新しい知のスタートアップをeガバメントが支えていると言える。起業するための手続きが全部短時間でできる。
- 大企業のリソースをソースアウト（スピンオフ）することも重要である。
- 何か価値をデザインしようとしている人を適切にインキュベートできる場が、小中高でも大学でも、必要である。例えばアメリカの大学には、コンピュータやネットワークなどが揃ったマシーナールームがたくさんあり、何でもすぐできる環境がある。
- 良いアイデアを投稿して、そこに最初の目利きがシードマネーを入れた後に、さらに金を持っている人や国が、資金提供できるような仕組みがベースとして必要である。
- 特に弱いのは要素技術のベンチャーではないか。要素技術をたくさん抱えて成長していくような大企業は、ここ20年なかった。理由は、ニッチ最適を図った後、ビジネスモデルをスケールしていくときに、横に通ずるビジネスモデルや理念を捉えた状態で会社を成長させるベンチャーが非常に少ない。

- つまり、クライアント側が強過ぎて、ニッチに特化した人はニッチを生きるしかなくなってしまう。そうではないやり方で現在の巨大 IT 企業のような会社をつかっていかないと、次の IT 系の強い会社はつくりにくいのではないか。
- 知財（最初の発明品）とビジョンが適度に融合した状態、両者のバランスが重要である。知財ポートフォリオをつくるためにも、スケールさせるためにも、ビジョンが必要である。逆にビジョンをつくるためにはコアな元ネタ（知財）がいくつか必要である。
- 最初の発明品（最初に動いたファーストプロトタイプ of システム）をハードウェアだと思っている人が多いが、それはハードウェアではなく、知的財産であり、ソフトである。そのような認識を大学教育でやるべきではないか。工場でコピーできる以上、それは知的財産であって、ソフトをつくったのだという自覚が必要である。

#### （公共調達を変える）

- 公共調達において価格点のウエートが高過ぎて、結局、企画の中身あるいはアイデアの中身で勝負しようと思う人たちも、価格点で負けて落ちてしまうことをどうにか変えられないか。政府は、今までの単なる入札システムだけでなく、随意契約を緩和して、良いアイデアには価値を見きわめて採用していくことがベースとして必要である。
- 政府を含めた日本の既存の大組織のほとんどは KPI マネジメントをするが、安易に行くと全てが価格競争になってしまう。KPI で最適化できる仕事は自動化されていくし、そこから飛躍しないと、そもそもイノベーションは生まれない。
- 世論を考えると、贅沢なものにお金を使っていると指摘をされるのを避けるため、価格点で決めるのは一番安心なので、そうになってしまう。コストベースではなく価値ベースへ、メディアも含め、文化を変える必要がある。
- いいものをつくったと言っても、その「いいもの」が多くの人に伝えられる説得力を持った価値でないと、その調達は実現しない。そのため、文化・感性側にかかわっている人間がどのようにそれを多くの人に伝えられるかという挑戦になる。
- 1つの対策として、入札をする前に監修者を決め、価格や基準を満たしていても、最後に監修者が了解しなければ採択されないとすればよい。
- 企業の中にたくさん内部留保しているものを、以前はモノに投資されていたが、モノではないものに投資する場合に、どのようなところに光を当てて投資が向くようにしたらいいのかを議論したい。

#### （価値をデザインする素養の教育）

- 仕事、付加価値、利益や価値を生み出すことの本質は何かなどを理解する必要がある。これらの大切さを早い段階で教育することが必要ではないか。
- そもそも「価値」について、あるいは美意識や価値観、真善美のようなものの教育が必要ではないか。美といっても見た目の美だけではなくて物のバランスや、いろいろなものがまざり合っており、多様なものに触れる機会を提供する必要があるのではないか。
- 価値デザインする素養としての土壌を強くするため、生の素材や技術などいろいろなものに触れることは重要で、地方には実際に多様な問題が起きていて、それに触れると変わるのではないか。

- 教育は、知識の伝授ではなく、学修者の創造である。学修者の創造とは、新しいものに触れてワクワクすることであり、ワクワクし続けることである。
- 教育について、大学における複線型の教育システム、例えばコンピューターサイエンスともう1つ何かという、2つ専攻する人材を増やせば、様々なマルチタレントやバイリンガルタレントが出てくるので、視野が広くなり、数字にできないところも議論できるようになり、社会全体の能力が上がるのではないか。
- サイバーフィジカルシステムについて、サイバーの人は多いが、フィジカルの人が少ない。例えばAIで何かをやるときに本当にそれを組み立てられるような人が必要である。ここは欧米も強くない、日本は細かい作業ができる人がたくさんいるので、実装につながるのではないか。
- 日本の教育は今までみんなと同じことが言えるかというのを試すものだった。イノベーションは他人と違うことを言うことであるので、これをどう教育していくか、尖った人を尖った人としてどう育てるか、が重要である。
- 大企業への就職とスタートアップのCTOとでは、メンタリティーやどこを知財にするかの考え方が違い、大学にはビジネスの視点でのCTOを育てるような知財を議論する場面がないのではないか。
- 今の優秀な学生が目指すのは、1番は自分で会社をつくること、2番は米中の急成長中の会社の本社へ行くこと、3番は外資系ブランド企業に行くこと、そして、4番目に国内大企業や国家公務員に行く、という順番になっている。上位校の優秀な学生はマインドが違い、未来は変わりつつある。変わってないのは社会の方である。
- 来年元号が変わるので、この機会にマインドセットを変えるようなイメージを次々と出せると良い。デジタル化やグローバル化が急速に進んでいるが、それを体感している人と全然違う世界に生きている人がいて、この動きはもうとまらないので、本当にマインドセットを変えないといけない。
- IT系のものをコストだと思ってお金を使っており、投資だと思っていない。このマインドセットも変えないと新しい価値が出ようがないので、新しいことにチャレンジするという投資のやり方変わらないといけない。
- ESG投資が世の中のスタンダードになりつつあるが、ESCG投資にできないだろうか。Cはクリエイティビティーで、企業はクリエイティブでないといけないという常識を作る。

以上