

第13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31年4月19日(金) 15:00~16:30

2. 場 所 : 中央合同庁舎4号館 共用123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
鎌田 長明	公益社団法人日本青年会議所 2019年度会頭
川上 量生	カドカワ株式会社 取締役
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
原山 優子	東北大学名誉教授

(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
吉弘 幸雄	同 企画官
高本 純	同 企画官 他

(経済産業省)

津幡 貴生	特許庁総務部総務課 企画調査官
-------	-----------------

4. 議事

開会 住田知的財産戦略推進事務局長

議事 議論のまとめについて

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 : 議論のまとめについて

6. 議事概要

事務局より資料1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)

（見せ方について）

- 内容は異論ないが、見せ方にもっと注力した方が良い。知財戦略のこれまでとこれからについて、情報過多になっているので、本当に重要な項目を例えば5つくらい選び、シンプルに言葉を置くと、変化がわかりやすいのではないか。
- 議論したことを全て網羅し、正確に表そうと情報を加えれば加えるほど複雑になってわからなくなるので、ある意味で捨象してシンプルに書くトライをしなければいけない。
- 最初のキャッチでメッセージが伝わるようにした方が良い。中を見てもらう上で、これまでとこれからはこう変わるということが伝わるキャッチを最初に置けるかが重要。
- これを読んで理解して実際にアクションする人として誰を想定しているかにより、難易度や粒度は変わるので、想定する人たちが理解しやすい難易度で構わないのではないか。
- 企業経営者や教育関係者、何といたってもイノベーションに関心がある人を対象としたい。
- わかりやすさを目指すのであれば、カットした方が良いことはカットして、全体のストーリーが整合性を持つようにすることの方が重要である。
- シンプルにするために、そぐ作業が必要。しかし、エッセンシャルな部分はそいではいけないので、何がエッセンシャルな部分であるかということを経験した方が良い。
- 何か中心にするものを決めて、それを中心にストーリーを実際に組む作業をやり、そのストーリーに入らなかったものは大胆に捨てていくやり方が良いのではないか。
- エッセンスは「価値デザイン社会」というコンセプトではないか。これをまず前面に出して、それを構成するサブコンセプトとして「脱平均」「融合」「共感」を出すのが良い。
- before/after の before を1枚入れるとわかりやすくなるのではないか。目指すのは「価値デザイン社会」で、尖った人材や多様な人材が育成され、挑戦しやすく、挑戦を応援し、次々と新しい取り組みが行われる社会であるが、今はそうっていない。尖った人が活躍できているか、新しい挑戦をしやすいか、という点に課題を持ち、活躍していない才能と情熱を解き放つというのがメッセージではないか。
- 「解き放つ」というのは1つのキーワードになる。

（価値デザインについて）

- 従来の価値デザインは、例えば公に決めたものやファッションの流行色のように、一部の権力を持つ人たちにより決まっていたが、今は IT 時代になり、プラットフォームなどの民間企業が価値を創出するようになった、すなわち価値創出が民主化された。
- 未来は価値創出の民主化がより一層進むので、価値をデザインするという積極的な姿勢が重要であり、それを目指すのが「価値デザイン社会」ではないか。
- 価値デザインのため、組合せによって新しい価値が生まれることが多いので「融合」が必要であり、また、一般の人が「共感」してマーケットをつくってくれる形になることも必要である。
- これまでの議論は「脱平均」「融合」「共感」の3つのキーワードで整理できるものが多く、この3つは適切であるし、しかもわかりやすくて良いのではないか。

（脱平均について）

- コンセプトはわかるが現場でのインプリがわからず、両者の間にもう少し説明が必要ではないか。

- ボトムアップで尖った人材を増やそうというのは、結果として平均値を上げようとしているようにも見えるが、そうではなく、尖った部分を伸ばすということが、もっとわかるようにした方がよい。
- 「脱平均」ではなく「脱均等」ということではないか。「平均」と「均等」は概念が違う。「脱均質」や「脱均等」を目指しているにもかかわらず「脱平均」と言ってしまうから、上を伸ばして全体の平均値を上げようとも読めてしまうのではないか。
- 「脱平均」の趣旨は、平均的にいろいろできる人を育ててきたのがこれまでの教育で、これからは、平均的に何でもできる人を育てるのではなく、尖った部分を伸ばす教育が必要である、ということではないか。
- 極論すれば、みんなと同じことしか言わない人を凡人と呼び、みんなと違うことしか言わない人を変人と呼ぶが、どうやって変人を増やそうかということである。ただ、大事なものは、変人は育てるのではなく、多様性の中で生まれるのを、許容することである。
- 最近、日本の科学技術が弱くなったと言われ、論文数などが取り上げられるが、平均値を比べており、これも大事な指標の一つであり否定はしないが、今の時代は、もはや、平均では見えないことが起き、見えないところで勝負しているのではないか。
- 尖った人と平均的な人をどう組み合わせるかという点も重要ではないか。
- これまでの知財戦略として知的創造サイクルだけが書かれているのには違和感がある。7、8年前に事業側から回す事業創造サイクルということが言われていたはずである。
- 事業創造サイクルのため、権利化人材だけではなく活用人材を増やすという話もあった。知財創造教育もよいが、知財活用教育も必要。特に大学のMBAなどでほとんど知財を活用する教育が行われていないので、知財活用教育の取組みを盛り込む必要がある。

(オープンについて)

- オープンイノベーションについて、インバウンド型のオープン、つまりリソースとしての脱自前主義は書かれているが、アウトバウンド型のオープン、つまり成果の脱抱え込み主義については書かれていない。特に後者は日本が今できていない部分である。
- オープンイノベーションは、何かをやるときに様々な知恵のある人が集まるというやり方もあるが、何かをつくった瞬間からオープンにするというやり方もある。
- クローズ領域は作るが、他とつながるインターフェースはオープンにしなければならない。例えば情報系であればオープンAPIのようなものである。
- 抱え込むのではなく、使っていないものは世に出して価値に変換することを重視すべき。この際、オープンにするメリットを上げるのが本筋ではあるが、抱え込まないように、未活用資産を持っているコストを上げたほうがいいのか。
- オープンにする側のレベルの問題もある。今は、オープンクローズ戦略を理解し、オープン領域を適切にコントロールできるほどのリテラシーを持っていないので、まずその点を引き上げるのが重要。リテラシーなくオープンにするのは危険である。
- 例えば大学の先生の中に、みんなに使ってもらうため特許は取らない、という人がいまだに多くいる。逆に特許を取ってライセンスオープンにしたら、多くの情報が入ってきて自分の技術のトレースができるが、そのように考える先生は本当に少ない。

(共感について)

- 「共感」が取引価格に反映されるという表現は見直した方が良い。ここは、コストベースではなくて、価値ベースで取引価格を決めようというものだったはずである。
- 「共感」という言葉だけが独り歩きすると意味がわからない。新しいものが生まれたとき、その新しい価値に対する「共感」であり、具体的には、そのような新しいものが流通しやすい環境をつくるということではないか。
- 新しいものを受け容れるアーリーアダプターへどのようにアクセスすればいいのかが課題ではないか。
- 新しいものは SNS など一気に普及するが、その次に市場になるかが課題ではないか。SNS の中にインフルエンサーがいるかどうか、あるいは、そのような仕組みをわかっている人がいるかどうか重要であり、全体のデザインができる人が必要である。

以上