

## 第6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4月25日(金) 10:00~12:00

2. 場 所 : 中央合同庁舎4号館 共用108会議室

3. 出席者 :

(専門調査会委員)

池田 祥護	学校法人新潟総合学院理事長/日本青年会議所 2018 年度会頭
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
富山 和彦	株式会社経営共創基盤 代表取締役 CEO
中村 伊知哉	慶応義塾大学大学院 メディアデザイン研究科 教授
林 千晶	株式会社ロフトワーク代表取締役
渡部 俊也	東京大学 政策ビジョン研究センター 教授

(内閣府)

あかま 二郎	内閣府担当副大臣 (知的財産戦略担当)
住田 孝之	知的財産戦略推進事務局長
永山 裕二	同 次長
小野寺 修	同 参事官
岸本 織江	同 参事官
仁科 雅弘	同 参事官
北神 裕	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 あかま内閣府担当副大臣

議事

(1) 知的財産戦略ビジョン素案について

(2) 今後の進め方について

閉会 住田知的財産戦略推進事務局長

5. 配布資料

資料1: 知的財産戦略ビジョン(素案)の目次

6. 議事概要

(1) 知的財産戦略ビジョン素案について

机上配布した知的財産戦略ビジョン(素案)について、第5回会合からの修正点を含めて、事務局より説明を行った後、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。誰にどう見せるか)

- 今回追加されたエグゼクティブサマリーがあることで、各章が何のために書かれているのかということが非常に判りやすくなった。初めて読む方にも、どの部分に関心がありそうかが判りやすくなっているのではないか。
- 見せ方をどうしたらもっとインパクトが出るかというのを議論したい。社会・経済のこと、マクロのことは書いてあるが、読者一人一人から見てどうなのか、ミクロのことがもう少し解りやすく書いてあると良い。
- 例えば、学生でいうと、これまでは東大を出て官僚になったり銀行に行ったりということがあったかもしれないが、今の若者たちは余りそのようなことは考えていない。例えば、教育はMOOCs<sup>1</sup>で全世界の良い教育を受けられ、大組織に行くよりも起業したりICOしたり多様なパスがあり、シェアリングエコノミーで自分のスキルや時間をいろいろ分散して働き、3足も4足もわらじを履き、それが働いているのか遊んでいるのかよくわからず、仕事の多くはAIにやらせるというようなことが、挙げられる。そのような数多くの人にとって共通する生き方とか、働き方とか、遊び方とか、ライフスタイルみたいなものを少し見せられるとよいのではないか。
- この報告書の読者、名宛人はインテリ層か、または、割と広い感じか。読者は、次の社会をどうしたらいいかというのを考えている経営企画の人や、ビジネス書のコーナーを読んでいる人たちではないか。
- 誰にどのようにインパクトを与えたいかが大事。割と近いメッセージはいろいろな形で既に発信されているので、そこをどう広げられるかということを考えてほうがよいのではないか。表現方法や、表現メディア、媒体の選択などが、大事になる。
- できれば何か動画化して、動画サイトで見てもらえるようなことを考えたらどうか。そこでもキャッチーな面白いクリエイターを使う。今風に格好よく、音楽なども良い感じのものにする。そのような面白い動画を作って、むしろ世界レベルでビューを増やすようなことを考えたらどうか。そうするともっと幅広い層に届くようになる。
- 一番読まれるであろう第5章の「価値デザイン社会」への挑戦について、具体的に何をやるのかというところを、もう少し解りやすくする、あるいはメッセージ性を高めるために工夫するとよい。
- ベーシックインカム的なところと、多様性をどんどん高めていくところと、プラットフォームでシェアが進むところと、どれも未来に起こるであろうシナリオであるが、それぞれ違う領域で起こるもので、合わさって1つの未来像ではない。これら3つのような異なるストーリーが同時多発的に起こっていくのが未来であり、合わさってこれの中和で起こるのではなくて、まるで違う物語のようなものが同時に起こっていくだろう。
- 「価値デザイン社会」はそのまま英訳して「Value Design Society」とすると、意味が解りにくいので、何か言い換えた方がよいのではないか。

(要約版を作る)

- 今のエグゼクティブサマリーも良いが、もっとコンテンツを書いた要約版が欲しい。50ページのPDFファイルではクリックしないので、数ページでキーメッセージが飛び

---

<sup>1</sup> MOOCs: Massive Open Online Courses。インターネット上で誰もが無料で受講できる大規模な開かれた講義のこと。

込んでくるようなものがよい。

- 要約版は、ワードフォーマットで長い文章で書いてある要約版ではなく、また、省庁がよく作る PDF 5 枚物の要約版でもまだ重たいのではないか。
- 要約版は、7つのキーワードと「価値デザイン社会」とは何であるかということを書き加えて、それがこの「価値デザイン社会」というものの定義を支えているという構造を作るのがよいのではないか。

（「価値デザイン社会」における人やビジネスのイメージ例）

- 文章は解りやすいと思いながら見ていたが、具体的なイメージが沸かないという点で解りにくいのではないか。もっとユーザーが見えた方がよい。生活感があるとよい。例えば、人が何かをしようと思ったときの具体的なアクションが、今まではこうしてきたが、今後はこうするというポンチ絵が3パターンぐらい用意されていると、解りやすい。
- 例えば、今まで地方で物を作ろうと思ったら、地銀から融資を受け、工場を作り、お土産物屋さんを始め、地方の売店で売り、それがヒットすると、東京のデパートの地下で売られるようになり、テレビでCMを打ち、新宿の駅前で売っていた。今後は、クラウドファンディングでお金を集め、工場を持たずOEM生産で、インターネットで売り、東京のセレクトショップに届き、ユーザーがそれを買って楽しんでいくという状況が同時多発的にいろいろなところで起こっていく。  
前者は、地銀に融資してもらった段階や、その後、デパートに来る段階、駅前の店で売る段階など、幾つもの段階でコストも時間も人も労力も人の同意も必要になる。後者は、とにかくトライをしてみることが可能。費用が低く、何度もトライしてすぐうまくいくかわかり、それを何パターンも積み重ね、ある日、多様なものを巻き込んで、法人ではなくても、個人の力でそういうことができる。  
これらの絵を描いた上で、キャラクターの意匠は誰が保証するのか、アイデアの源泉はどこからくるのか、東京で企画コンサルをしていた人が地方に帰ってやるのか、地方にあったものを東京に持ってきてクラウドファンディングで経営するのか、などが見えてくる。前者は、毎回処理する人たちの数が有限なので、同時多発的に起こりにくい。後者は、多くのロングテールであり、プラットフォーム上に多数あってもコストがかからず、その価値を提供していても大丈夫ということである。
- 他の例で、今までは地方から出てきた少女が、芸能事務所のオーディションを受け、成功するかどうかかわからない芸能活動を始め、CDを出し、売れるかどうかかわからないが、何年も時間を使って物（CD）を売っていた。今後は、地方のユーチューバーが歌い始めたら、ツイッターでバズり（流行り）、ユーチューブでバズり（流行り）、それがテレビに取り上げられ、その後、またSNS上でバズり（流行り）、芸能事務所に所属しなくても、ライブコマースやウェブからの投げ銭などで生活できる。  
今までのCDで販売する場合と、個人の才能に力が与えられ、ユーチューブでデータを流す場合とでは、成功に至るまでのイテレーション回数（何回もやってみる回数）が全く違う。知財に関する考え方もまるで違う。
- 他にも、出版社から本を出すのではなく、noteや、そのような有料サービスで出した

り、電子書籍で出したりして、これも、印刷物を抱えなくてよいので、限界費用はゼロに近い。

- 一方、変わらないものもある。例えば、適切に品質保証された工業製品、例えば家などは「とにかくトライしてみる」というわけにはいかない。それは、日本の大企業やOEM生産の工場、また、現場の技術者やノウハウがあるところが支えるべき。
- 3つ目として例えば、今まで日本円やドルの発行では、金と交換できることに基づいて円やドルの価値を認めてもらい、その後それが流通すると、金と交換しなくても大丈夫になり、100~150年位の時間をかけて、価値を認めてきた。一方で今後は、ある仮想通貨を見ると、まずブロックチェーン技術等を使って、従来の銀行と比較して低いコストで、トランザクションが正しいこと等を保証し、続いて、その価値を高めるため、みんなで盛り上がる人を増やしたり、関連するグッズ（お菓子・バッジ・Tシャツ等）を作ったり、オフ会をしたりする人が現れる。  
一見すると通貨の価値とは無関係に見えるが、全員でその価値システムに合いそうな試みをすることにより、通貨に愛着を持ち、通貨を信頼することは貨幣の価値の一つであり、それを保とうとするコミュニティが作られる。そして、日本の地域の通貨であったはずのものが、香港やアメリカで買えるようになり、世界のグローバル暗号通貨の一つになっている。  
前者は、今まで価値があるとされた物質と交換可能なところから始まり、後者は、交換不能なものから始まったが、様々な活動で価値を上げた。前者と後者は、方向性が逆向きであり、後者の方が多様な藩札や通貨のようなものを生み出しやすい。  
ある価値を保つため、みんなで信じられるように環境を整備するのが持っている者の務めであることや、持っている者がその価値を認める人たちをサポートする活動をしなないと価値を求める人たちに価値を提供できないということが根本である。
- 今提案された例は、価値デザインの典型例のようなものであり、ポンチ絵にして、参考資料として報告書に付けて、「価値デザイン社会」とはこのようなことであると説明するとよい。

（行動変革できない大企業や役所）

- 大会社のエリートの経営企画や役所の人の現実には、「価値デザイン社会」のような話をして、頭でわかって、全く180度反対側のことをしている。なぜその人たちは行動様式が全く変わらないのか。
- 例えば、平均的な大手企業とベンチャーが何らかのビジネスをやろうとすると、いまだに最初に出てくる契約書は、一方的な大手企業の知財の丸取りや、一方的なベンチャーへの秘密保持契約であり、全く変わっていない。社長などに会うと、「価値デザイン社会」のようなことについて、みんなそうだと言うが、現場は全く変わっていない。結局のところ、実際は全く変える気がないのではないかということになる。  
一方、実は根深い理由があって、いわゆるサラリーマン的な人生を送る人にとって、社長はああ言うかもしれないが、従来と違う契約を結んで何か事故が起きたら、その人の人生にとって致命傷になるということであり、役所も同じである。トーナメント戦を30年かけてやっているようなものであり、1回負けたらそこでサドンデスで、そこで終わってしまう。そうすると、安全サイドを見て、とりあえずは昔からの契約書を出す行動になるのだろう。  
優秀なベンチャーからすると、一方的な契約書が出てきた段階で、他からもたくさん

オファーが来ているので、その会社と仕事することをやめてしまう。ここに重大な機会損失が起きているということに、大企業は気づかなければいけない。

- 私の経験でも、ある大企業で講演をする際、最初に機密保持契約が出てきて、私が話すのだから会社が機密保持を負うのかと思ったら、私が一方的に機密保持を負う契約書であった。
- さきほどのポジティブストーリーのポンチ絵を作るのが良いが、このようなネガティブストーリーのポンチ絵も作ったほうがよいかもかもしれない。ネガティブストーリーのほうが記憶に残りやすい。

#### (ブロックチェーン)

- ブロックチェーンに適用できる知財の制度は、無方式主義で発生する著作権が中心という話をよく聞く。
- 例えば製薬の世界は、研究開発に時間がかかりその回収が大変なので、初期のビジネスモデルは非常に苦労するが、昔みたいに低分子薬の時代ではないので、特許が使えない場合があり、特許だけで完結する世界ではなくなってきている。最近、製薬業界は大量のデータをとり、薬にするまでのプロセスで資金調達をしていかないといけない。このとき、利益配分の仕組み、インセンティブを確保する仕組みとして、ブロックチェーンによるスマートコントラクトに関心が高まっている。  
ブロックチェーンのシステムの中に入った方が良いと思う人が出てくると、その外側で特許制度に依存する人と、2つに分かれる。特許制度はお金がかかる。ブロックチェーンの世界は、今は無法に見えるが、実は法律が要らなくなる世界かもしれない。
- 知財には知財のコミュニティがあって、知財制度に依存して事業をしているわけだが、その人たちにどのようなインパクトを与えるのかを考える必要がある。  
知財制度は、特許制度でいえば1474年にベニスで作られた法律であり、500年以上続き、よくできていて、人気がある。その本質はインセンティブである。もしかするとブロックチェーンによって違う世界ができるかもしれない。
- 今の話は、次世代コンテンツの創造・活用システムのあたりに、未来はどんどん多様化し、新しい信用システムが出てきて、今までとは違う形で、信用とインセンティブの設計の仕方が根本から変わる可能性があると思いませんか。

#### (分権化・分散化)

- AI やネットワーク革命が進むと、GAFAのようなところが、いわゆるデータ総取りみたいな形で、世の中が集権的になるというイメージもあるが、実は逆に、これからは分散の力が強く働く、特に個の単位の分散という力が働くのではないか。
- 分権化・分散化の力が強く働くと、例えば、どこかの田舎でずっとアルバイトしているが実は秘めた音楽的才能を持つ人が突然世界的に売れるという可能性が出てくる。それは1億2,000万人全員のストーリーになり得る。
- 地方で中小企業向けの講演をする際、今のところAIやIoTという話は自分事ではないというように、関心が低いが、今後は、いろいろな影響を享受できるのはむしろローカルな中小企業の方ではないか。  
例えば、以前は大手のホテルチェーンに入らないとグローバルマーケティングはできなかったが、今はエクスペディアなどで、地方の小さな旅館でも世界的に売り込むことができ、実際にフランスのような遠いところから宿泊客が来ている。

例えば、ウーバーも、多くの人がウーバーに注目するが、実は昔の個人タクシーの時代に回帰しているに過ぎず、タクシー会社という存在が必要なくなる。つまり、リアルなサービスについて、集権型管理が必要なくなり、分権化の力が働いていくのではないか。

このような分権化・分散化が起きると世の中は大きく変わるのであり、自分と全然関係ないと今は思っているような95%くらいの人にも、上手に、皆さんの時代がやってきますよというメッセージを伝えるのが良いのではないか。

- ビジョンでは中央集権型と分散型のバランスの議論をした。中央集権型では、プラットフォーマーの利益も出るし、コストも安くなり、今までは中央集権型の方向へ全部向かっていったが、今後は分散型のものが大事になる。
- 中央集権型のゲームで米国や中国に対抗しようとする空気がまだ日本にある。グーグルに負けるなとか、あるいは中国の巨大資本に負けるなという議論をいまだにやっている。今後の日本はむしろ分散化のゲームをつかむという方が勝ちゲームになるのではないか。
- 分散型になると、素案の中に何回か出てくる「席卷する」という言葉が合わない。集中化していくときに世界は1つの技術で席卷できるが、分散型は席卷ではなく、いろいろな価値が多様に生まれてきて総体としての価値が高まるということではないか。
- 一方、難しいのは、席卷ではないにしても、何かでリードをしないとイケない。分散型システムですごいとか、「価値デザイン社会」ですごいと思われるから、人がたくさん集まる。単に分散型で、ばらばらでよいとすると、うまくいかないのではないか。
- 近い話で、これまで中央集権で作ってきたインフラを、古い物件を壊してガラス張りのビルを建てるようなスクラップ・アンド・ビルドではなく、分散化とともに、持続可能なものをどう育てるか、どう味を付けていくかということも価値になる。

## (2) 今後の進め方について

今後の進め方について意見交換を行った。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)

### (「知的財産戦略ビジョン」策定後の進め方について)

- このビジョンは、確定してしばらく維持するというより、いったんは公表するが、議論を続けて、見直し続けるものにしたらよいのではないか。フィードバックをもらって改訂するのもよいし、もっとオープンに、ネットで誰かが改訂案を出すのもよい。
- この会合の成果の1つは、このコミュニティーだと思えるので、これを今後どう生かしていくのかということが重要である。
- 動画共有サイトやネットライブで流すとか、シンポジウムを開くとか、経済ニュースで図解してもらおうとか、大学の授業で使うとか、本を書くとか、いろいろな展開の仕方があり、今後これらを考えることが大事ではないか。
- ビジョンの役割として、ビジョンを受けとめたコミュニティー(ベンチャーやいろいろなところ)から、これをやらないとイケないというものが出てきて、そこから知財推進計画の政策が出てくる、というような仕組みができるが一番いいのではないか。
- 例えば大学発ベンチャーは、社会を変えようとしている人たちなので、政府と接点を持ちたいとか、政策を提言したいという気持ちがある。そういう提案を推進計画に入れるメカニズムができるような仕掛けや活動が必要ではないか。

(中小企業や大学へ届けたい)

- 大企業もそうかもしれないが、中小企業の現場では仕事に追われて、これが出ても読まないのではないか。そのため、動画なのか、あるいは2～3枚の事例の中で、今後のあり方というものが一瞬でわかるような例えが並んでいるとわかりやすい。
- 一般の企業は経済的動機づけで動いているから、ビジョンで示すような方法へ、会社の経営や事業のやり方を変えることにより儲かると思ったら実行する。ただ、今のところ、これらはつながっていないので、変わらない。どうしたら気づくかが大事。
- これらが実感を持ってつながるのが重要。成功の事案が自分に近い業種で起きていることを認識することが、おそらく一番効果的ではないか。
- 第4次産業革命はむしろローカルな中堅中小企業のほうが実は圧倒的にいろいろなメリットを受けられる可能性が高い。グーグルなどのインフラを中堅中小企業がうまく使えば、地方にしながら、いろいろなことができるようになる。
- グーグルなどは単なるインフラであり、東京電力やNTTに近い。明治の時代も、最初に、鉄道を通して、電気を通して、通信を通じた。みんなこれらを利用して産業が起きたわけである。インフラをうまく使うことが重要。
- 日本の雇用の7割以上は中小企業で働いている。国民の多数派は大企業の従業員ではないので、中小企業にこのビジョンの話が伝播するかどうか大事ではないか。
- 大企業の中でも、変わらないといけないと思っている人たちの背中を押すのも大事。どちらかという若人たちや、個人で頑張っていこうと思っている人たち、あるいは大企業の中で変えようともがいている人たちにも届けたい。
- 大学でも普及させたいが、10%位のベンチャーをやっている人たちはもう意識が変わっているので、残りの90%へどうしたら浸透させることができるか。
- 大学のコミュニティーは意外に地方に広がるので、そのような構造に着目すべきではないか。彼らの世界観や価値観はすぐにつながり広がっていくので、普及力がある。
- 海外にも大学のコミュニティーはつながっている。例えば今だと中国のいろいろなところにつながっていて、大学発ベンチャーがいきなり中国で生産を始めたりする。

(「価値デザイン社会」について)

- 「価値デザイン社会」を説明する3つ位のキーワードを入れるのがよいのではないか。例えば、1個目が「分散型・脱平均」、2個目が「新陳代謝」、3個目が「信用経済」ではいかがだろうか。この3つは、7つだと多過ぎるから絞りたい、大きな流れにフォーカスをしたい、かつ、我々、国か社会かわかりませんが、日本としての意思は込めたい、という意味で選んだ。
- 「信用経済」について、もっと、みんなが「いいね！」と言うイメージだと思うが、「信用経済」だけではそこまで理解されないような気がする。コミュニティーやネットワークみたいなものが何かある方がよいのではないか。

(「知的財産戦略ビジョン」の策定に向けて)

- 3つか4つの生活感型のポンチ絵風のものを、事務局で作成する。
- 本文とはファイルを分けて、要約版のようなものを、事務局で作成する。
- 「価値デザイン社会」を説明するキーワードを、事務局で検討する。
- 今後、本日の議論を踏まえて事務局預かりで知的財産戦略ビジョンを完成させる。

以上