

第1回構想委員会での御指摘事項

令和6年12月

知的財産戦略推進事務局

第1回構想委員会での御指摘事項 ①

【IPトランスフォーメーションに盛り込むべき要素】

- 循環経済／サステナビリティを考慮した技術革新、ビジネス機会の創出の観点を加味すべき。
- 少子化が進む中で、「価値創造力」を維持することは、食料・エネルギー資源の自給率の低い日本が経済安全保障を確保する上で必須。
- **知財本部が設立された頃からのアジェンダとの差分は、生成AIの出現とデータ利活用の重要性、宇宙産業の現実化、地政学的変化による経済安全保障の観点。**一方で、こうした新しい課題や20年来の課題双方で、現在の日本はもはや経済大国でもなければ、国際競争ではランキングが下位にとどまっているのが現状。来年の計画2025を構想するにあたって、こうした現状を重大な危機として、我が国が競争優位を取り戻すべく大胆な構造改革を行うのか、それとも過去20年の取組のバージョンアップ的な取組を続けるのか、それとも、小国日本としての観点を計画を構想すべきなのか、立ち位置の視点を確認すべき。

【イノベーション拠点・ハブとしての競争力強化】

（我が国の「強み」／強化領域の特定）

- 日本の本質的な強みとして、コンテンツ業界、海を越えても伝わるメッセージ性の高い、**日本の文化をベースとしたストーリー**がある。科学技術分野の若手人材育成のみならず、コンテンツ分野でも、こうした「ストーリー」を考える力を育む仕組みを設けることで、今後も世界中を沸かせるコンテンツ大国の地位がより強固になる。
- コンテンツIPは、人間がゼロから創造し、豊かな想像力によってその価値を無限大に上げていく力を持つ。**人口減少が見込まれ、資源を持たない日本において、このコンテンツの力を最大限に伸ばすことが国家としての最重要課題。**コンテンツ産業と、非コンテンツ産業との連携によるIP経済圏の更なる拡大余地あり。政府の成長戦略・産業戦略全体の中で、コンテンツ等IP活用を基軸に置き、あらゆる政策の「IPトランスフォーメーション」を進める視点が重要。
- 国際市場で強みを発揮できる領域を適切にとらえることが不可欠。国際標準やこれをベースとして認証の活用は、有効な手段の一つ。**日本に活路を見出す有望市場は、東南アジアやグローバルサウス。**彼らは、海外から様々な製品・サービス・インフラを導入し、自らカスタマイズし、ソリューションを生み出し、早期成長を図ろうとしている。先端技術に関する国際標準化に加えて、**対災害、省エネなど10年、20年先の社会課題を見据え、日本が先行し得る領域の仕込みの議論を継続する必要あり。**
- 日本として**ターゲティングポリシー**をもう一度実施すべき。**日本が世界で勝ち残れる可能性が高い技術の集積があるようなテーマを選定し、そのテーマについて、研究機関や大学、企業、大企業やスタートアップも含めて集中的に誘致、リアルな集積を国内に作ることを、集中的に実施したらよいのではないか。**

第1回構想委員会での御指摘事項 ②

(ダイバーシティ・グローバル化)

- 海外からより多くの人材が集まり、その人材を日本に留め置くことは、人口減にさらされる日本にとって成長をもたらす活力となる。この点、英国では、英国の大学・大学院を卒業した外国人学生に、国内に定着してもらうため、外国人学生は、卒業後も2～3年、英国内でスポンサーなしで滞在可能としている。
- 博士人材については、現状、100万人当たり日本の博士が120人だが、これを3倍にするとの目標を掲げている。これを着実に実行するためにも、知的財産戦略本部では、イノベーション創出の目的の下に、大学発スタートアップのイノベーションを推進してくれるドライバーになるような外国人高度人財の受入れを強力に推進するための在留資格を、大学やスタートアップに割り当てる、といった方向性を推進してはどうか。

(創造性を育む教育の強化)

- AI活用を前提とし、(記憶中心の日本の教育を) 創造性中心の教育に転換していく必要がある。
- 教育において、文化・芸術・技術といった面に力を入れ始めているところだが、作るだけではなく、作品も制作者も価値を上げ続けることが大切という観点を入れ込んでいくべき。大学では、知財の取組も進みつつあるが、高等教育においてもブランドマネジメントや知財マネジメントについてデファクトとするようなカリキュラム体制が欲しいところ。
- 何かに秀でた人材、とがった人材を育成するという意味での教育改革を行うべき。
- 早期の教育が重要であり、STEAM教育を推し進めていくべき。加えて、人口減少下において、リカレント教育やスキルアップ支援なども重要となる。
- 国全体での長期での人材ニーズの棚卸しをし、高等教育システムの見直しを提言してはどうか。生成AIが様々なビジネスや組織の運営に入ってくると、ホワイトカラーのニーズは減り、残るのは現場を持つ仕事、すなわち広い意味でのクリエイティブに係わる仕事の人材ニーズがより高まるのではないか。皆が大学に行く、ということではなく、高専や専門職大学院等、色々な専門性を持った人をちゃんと養成していく教育システムにそろそろ見直すべきタイミングではないか。

(知財マネジメント人材の強化)

- 知財に関する人材は、研究者・開発者の検討が中心だが、如何に知財をグローバル市場でビジネス化するかが重要で、それはマネジメントや経営層の育成、確保の問題。そのアクションが手薄となっているため、具体策が欲しいところ。マネジメント人材・確保を今回のテーマにしたい。

第1回構想委員会での御指摘事項 ③

(研究者の環境整備)

- 日本として技術立国の源泉ともいえる人材が減っていく問題をどうするのか、というところは極めて重要な論点。米国では、スターサイエンティストとスタートアップが生まれる地域は一致しているとの分析あり。**若手の研究者への研究費支援をする際に、併せて知財マネジメント環境を条件としながら育成していく必要がある。例えば、INPITのような知財マネジメント人材を派遣するような仕組みを併せて提供し、トップリサーチャーを創っていく環境整備を図るべき。**
- 大学と企業の共同研究は、大学にとっても極めて大きな割合を占める。一方で、企業から拠出される金額は、ほぼ8割が300万円未満というのが実態。一方、大学側が、資金集めに苦労しながら実施した共同研究の成果が、未活用のままとなるとの問題もある。**社会実装を進めるため、共同研究を始める前に、大学と企業がしっかりと話しておく必要がある。全般的に、企業と大学の共同発明の利用促進という流れを地道に作っていく必要がある。**
- 大学は知財のドライバー。日本には、780大学があり、年間の知財の創出数が6,700件だが、その80%が使われていない。一方、東京大学から創出されるIPの半分がスタートアップや大企業で活用されているが、これは、ひな形が「共願」ではなく「単願」であるから。**大学知財ガバナンスガイドラインを強力に推進することを更に進めるべき。**
- 大学と企業との共同研究が進まない背景には、大学側と企業側とのスピード感が異なるという点もあるのではないかな。

(経営・知財の一体化)

- 従前、研究開発を費用ではなく、資産形成として捉える企業マインドの変革が必要という文脈があるが、IPトランスフォーメーションの中に、**IPによる経営変革、経営という考え方でトランスフォーメーションということ**を明確にすべき。
- また、過去数年にわたり、スタートアップの領域での知財戦略に向き合ってきたが、なかなかスタートアップに知財が浸透していかないという実態がある。重要性は認識しているが、IPをどう活用していいかというところまでの視点が及ばないという点について、今回のIPトランスフォーメーションの中で明確に位置付けるべき。
- **創造・保護・活用という中で、ビジネスを理解している人材が重要。**知財人材は従来、技術者の発明したものをサポートするという「従」の位置づけとなっていたが、やはり経営と技術と知財は三位一体。CIPOでもないが、経営人材としてのポジションをつくるべき。経営者は、知財について財務諸表と紐づけてなかなか認識できていない。改めて明確に、**知的資本のうち、人的資本や関係の資本は、知財やブランドから生み出されるものとして再定義し、経営者が最も意識する時価総額やバリエーションに対して、株主資本との差分こそが知的資本である、といったところまで意識を高めていく議論を行うべき。**

第1回構想委員会での御指摘事項 ④

(知財制度・システム)

- テクノロジーの進展で見たことがない知財の論点が出てくるのではないかと。その中で、競争領域・協調領域が変わっていき、生じ得る。例えば、AIについてフィジカルとの融合。今は、ロボットSIなどは、人間が行っているが、AIが動画データを学習し、こうした領域についても、新しいモデルが形成されるといったことも生じる可能性。**テクノロジーの進展で生じる新たな論点を見渡した議論を行うことが重要。**
- 意匠法は改正後も登録が取りづらく、保護範囲が狭い状況が続く。応用美術の保護も限られているところ、EUや米国では、商標（不正競争防止法）、意匠、著作権の複合保護が常識となっている。**日本でも、保護の基準や方法が確立していないキャラクターの保護について、世界的に調和した法的根拠や基準を確立すべき。**
- 海外企業が日本に出願しないという点について、日本の知財制度が問題であるとの指摘がよくなされるが、日本に出願をしないのは、知財制度の問題だけではなく、そもそも日本の市場に魅力的なビジネスチャンスがあるのか、といったところの問題があるのではないかと。特許制度云々という以外での視点を持つべきではないかと。
- 国際標準戦略は、諸外国に対して日本がアジェンダを設定し、その領域に、人員を送り込んでいくことが重要。例えば、カーボンニュートラルの領域でも、機器での計測の仕方において、我が国には、先端的な研究を行っている機関がある。こうした機器を使った計測方法で、標準を取るといったことにも意識を払わないと、折角の機会を逃すこととなる。

【クールジャパン・コンテンツ領域】

- 10年前は、グローバル配信PFに懐疑的な事業者が多かったが、今や、チャンネルパワーで圧倒し、これによって、コンテンツの価格も上がり、報酬も上がるといった流れ。こうしたチャンネルパワーに全てを持っていかれる前に、どこのバリューチェーンにプロフィットプールが存在するのか、それを完全に握られないように何をすべきか、といった論点があり得るのではないかと。
- 2030-2040年を見越した際に、コンテンツ戦略の中では、特に、契約と知財の面が重要。グローバル配信PFとの関係において、原作に関してPF側に独占的かつ取消不能な権限を全世界にわたって永久に付与するといった内容や、参加クリエイターやキャストに関して権利放棄に係る事項、収益配分も実質的にスタッフやキャストに対する還元が期待されないような契約内容が含まれることが一般的。**こうした海外資本による製作が日本で主流化した場合、2030-40年の日本には、強みである多様な創造の土壌がもはや残されないといった事態が想定される。**米国では、ユニオンがあり、二次展開されれば、一定の料率が還元される点が確保できているが、日本でそれが十分できているかという点を改めて考える必要がある。掛け声だけではなく、**正しい売り方、セールス力育成、契約サポート等が極めて重要。**現状は、「交渉さえしていない」状況。**まずは、教えることが重要であり、日本の芸術系・メディア系の学部、学科、専門学校等で、契約の読み方や、書き方、前向きな交渉の仕方を教える必要がある。**政府としても、契約のサポート体制を整えていく必要。

第1回構想委員会での御指摘事項 ⑤

【クールジャパン・コンテンツ領域（つづき）】

- 日本食は世界で人気を博している。海外で、ビジネスを積極的に展開することで国内還元を進めるべき。
- 我が国の植物新品種の海外での保護・活用に向けて、更なる育成者権の取得の推進、侵害対応への支援等を検討すべき。
- 今般、コンテンツを軸にして、クールジャパン戦略を再構築する新たな戦略を策定したのは正しい認識。これまでは、アニメやゲームが海外市場を切り開いてきたが、ここに来て、音楽・映画・テレビドラマなども海外で評価を獲得し始めている。**大きなチャンスが到来しており、この勢いを来年の万博につなぐ、というわかりやすい戦略を立てるべき。**
- **クールジャパンについては、地域の観点が重要。**今後、万博もあるが、文化・地域資源と紐づく価値をAI利用等によって、活性化させていくことを考えるべき。
- 地域コンテンツをAIに学習させて、発信していく手前で、観光DXをゼロからやり直す必要あり。すなわち、観光DX0.0が必要。観光地のウェブサイトを作り直して、ちゃんとメンテナンスをする。この2つがあれば、検索で、SNSでも情報にたどりつくことができる。国の補助金は、新しいツールの活用に傾きがちだが、現場はそれ以前の問題であるため、基本的な部分をやり直すことが、インバウンド観光収入15兆円を達成する上で、極めて重要な点。

第1回構想委員会での御指摘事項 ⑥

【AIと知的財産権】

- AIの活用において、コンテンツの創造活動という言葉もあるが、逆に近い将来、コンテンツは大半がAIが生成するものになる可能性があり、それを踏まえた政策対応が必要。
- AIを活用し推進すると同時に、ビジネスにつながる創作をできる人を増やす教育と努力、チャレンジすることができる環境の整備が重要。また、**昨年取りまとめた「AIと知的財産権」の周知、普及を進めるべき。**
- （昨年までは侵害予防や救済といった観点を中心だったが）AIの活用、発明・創作活動の奨励という前向き思考での見直しが必要。
- **AI利用発明著作物の共同発明者・創作者の範囲等や、将来米国等で、訴訟となった際の、AI利用程度の立証に係る問題について日本企業は準備しておくことが必要。**
- AIは今後、マルチモーダルや実世界に出て行き、ロボットとドッキングしていくこととなる。こうなると、至るところで、AIの利活用が進んでいくこととなる。国として、AIをしっかり活用していく、ということをしっかり強調していくことが重要ではないか。
- AIの観点では、データの重要性が指摘される。観光DXといった指摘もあったが、基本的なところのDXが進んでいないところがあり、ここを進めるだけでも相当のことができるようになる。また、公的な資金で支援されたデータについては、活用を積極的に推進していくべき。昨年、著作者の保護を集中的に議論したが、AIの開発を行っている、AIが生み出すものはどうしても平均的なものとなる。したがって、人間に価値は残るということであり、著作者をしっかり守りながらもしっかり学習もさせる。AIが生み出す平均的なものとの差分を、クリエイターが作っていくという好循環を創出できるとよいのではないか。

クリエイティブジャパンWG／コンテンツ戦略WG での検討項目について

「推進計画2025」に向けた検討体制（令和6年9月～令和7年6月）

知的財産戦略本部

構想委員会

コンテンツ戦略WG

- 知財計画のうちコンテンツ戦略に係る部分について審議

クリエイティブジャパンWG

- 知財計画のうちクールジャパン戦略に係る部分について審議

国際標準戦略部会

- 我が国における国際標準の戦略的な活用に関する施策について審議

関連するその他の会議体

コンテンツ産業官民協議会

※新資本事務局と共同事務局

映画戦略企画委員会

※新資本事務局と共同事務局

ロケ撮影の環境改善に関する
実務者懇談会

海賊版対策官民実務者級連絡会議

デジタルアーカイブ戦略懇談会

デジタルアーカイブ推進に関する検討会

知財投資・活用戦略の有効な開示
及びガバナンスに関する検討会

※経産省と共同事務局

クリエイトジャパンWGの検討項目（案）について

○クリエイトジャパンWGでは、「知的財産推進計画2025」に向けて、地方でのクールジャパンの促進や異分野間連携の実現など、当面重点をおいて取り組むべき事項を中心に議論を行う予定。

開催時期・スケジュール

- 2025年2月頃から4月の間に2回程度開催。
- 第1回会合は、「新たなクールジャパン戦略」（コンテンツ以外）の取組フォローアップ（主なもの）及びクリエイトジャパンWGに関する項目を切り出して議論。第2回会合は、コンテンツ戦略WGと合同で、「新たなクールジャパン戦略」の取組フォローアップ及び、「計画2025素案」について審議。

アジェンダ（案）

□ 異分野間連携の促進

- 近年のアニメ等などの世界的な人気拡大を踏まえ、コンテンツを起点・入口にした分野、業界を超えた連携は、それぞれの経済圏を拡大できる可能性があるため、多様な異業種間連携を推進する観点から、どのような取組が必要かについて議論。（経済波及効果の試算・事例の収集、連携・プロモーションの促進）

□ 地方創生の実現への貢献

- 日本の魅力たる地域の様々な拡大等は地方経済の成長に寄与するものと期待されるため、今後どのような取組が必要か魅力発信による海外展開について議論。（大阪・関西万博等を活用した地域の魅力の発信強化、グローバル市場での高い体験価値提供による好循環の実現）

コンテンツ戦略WGの検討項目（案）について

- コンテンツ戦略WGでは、「知的財産推進計画2025」に向けて、日本発コンテンツの海外市場規模拡大に向けて、当面重点をおいて取り組むべき事項を中心に議論を行う予定。

開催時期・スケジュール

- 2025年2月頃から4月の間に2回程度開催。
- 第1回会合は、「新たなクールジャパン戦略」及び知財計画2024（コンテンツ関係）の取組フォローアップ（主なもの）及び、コンテンツ戦略WGに関する項目を切り出して議論。第2回会合は、クリエイトジャパン戦略WGと合同で、「計画2025素案」について審議。

アジェンダ（案）

□ コンテンツ創造の基盤整備

- コンテンツ・IPを継続的に生み出し、発展させることができるコンテンツ業界であるために、活力あるコンテンツ創作の基盤整備に向けて、労働環境や待遇の改善、資金調達方法の改善等の方向性について議論を行う。

□ 海外市場規模拡大に向けた戦略の在り方

- 日本発コンテンツの海外市場規模の拡大に向けて、IPを核としたメディアミックスを国内のみならず海外でも展開し、コンテンツの商品化の展開を進めること等、俯瞰的な視点から、今後取り組むべき取組について議論を行う。