

「知的財産推進計画 2026」の 検討に向けた論点について

令和7年11月
知的財産戦略推進事務局

背景・課題意識

- 「知的財産推進計画2025」では、「新たな知的創造サイクル」の構築を通じた経済成長の実現を目指し、WIPOの「グローバルイノベーション指数」を2035年までに4位以内とすることに加え、日本市場における時価総額に占める無形資産の割合を2035年までに50%以上に高めることをKPIとして掲げている。これら中長期的なKPI達成を目指すにあたり、どのような課題を解決すべきか。
- 日本企業は海外企業に比べて時価総額に占める無形資産の割合が低く、日本企業は自社の強みとなる知財・無形資産の把握や活用が不十分との指摘もある。日本企業等が自らの知財・無形資産の価値を適切に認識し、その活用を図るとともに、知財・無形資産への投資拡大に結びつけていくためには、どのような課題を解決すべきか。
- 日本では、海外と比べ、日本企業等におけるAIの利活用が進んでおらず、AIの利活用推進による生産性向上と、創造活動の迅速化等を進める必要がある。日本でのAIの利活用を促進し、適切な財産の保護と活用につながる透明性を確保するために、知的財産の観点から、どのような課題を解決すべきか。
- 地球規模課題やAIなどの技術革新、経済安全保障への対応や、国際ルールを巡る競争激化を受け、2025年6月に「新たな国際標準戦略」を決定し、国際標準活動の担い手の強化を打ち出すとともに、日本における戦略領域・重要領域を選定した。今後、上記戦略を踏まえつつ、競争力強化に向け日本が当面注力すべき領域・分野の見直しや、横断的・制度的取組をどのように進めるべきか。
- 日本のクールジャパン関連産業は大きく発展している。また、アジア諸国の親日度及び訪日意向は総じて高い傾向にある。このような日本のクールジャパン関連産業の高い競争力や親日度の高さを、コンテンツを活用した地方へのインバウンド誘客など、地方を含めた日本全体の競争力強化に結び付けるためには、どのような取組を進めるべきか。
- 日本のコンテンツの海外市場規模は鉄鋼産業や半導体産業の輸出額を上回る規模であり、コンテンツ産業官民協議会をはじめ、各省庁や民間の取組が活発に展開されている。これらの取組を俯瞰的にとらえ、有機的な連携を強化していくため、どのような取組を進めるべきか。

1. 知財・無形資産への投資促進による価値創造

2. AI・デジタル時代の知的財産制度の構築

3. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の促進

4. クールジャパン戦略の展開

5. コンテンツ戦略の推進

6. 本日は議論いただきたいこと

World Intangible Investment Highlightsによる無形資産投資トレンド

2025年7月、WIPOがWorld Intangible Investment Highlightsを公開

日本に関する主な調査結果：

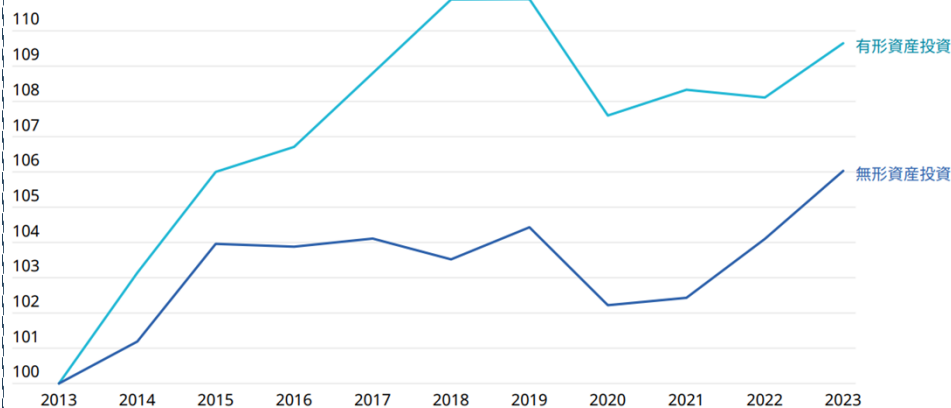
○ 無形資産投資が近年加速

過去には有形投資が無形投資より速く成長していたが（図1）、2020年以降、実質ベースで無形投資が有形投資を上回り、年平均1.2%の成長を記録した（有形投資は0.6%）。

○ 日本の無形資産投資は約6,000億米ドルに到達

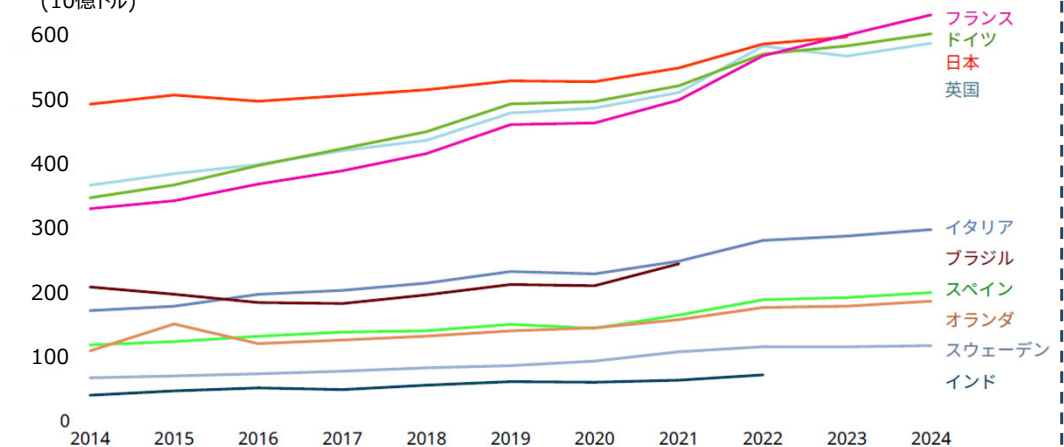
2023年の日本の無形資産投資額は約5,970億米ドルで、同年のドイツ（5,830億米ドル）やイギリス（5,670億米ドル）を上回った（図2）。

図1 日本の無形資産投資及び有形資産投資総額の推移
(2013年を100として、指数化)



(注) 投資額は、公式の国内統計に準拠し、2015年実質価格で表示

図2 無形資産投資額
(10億ドル)

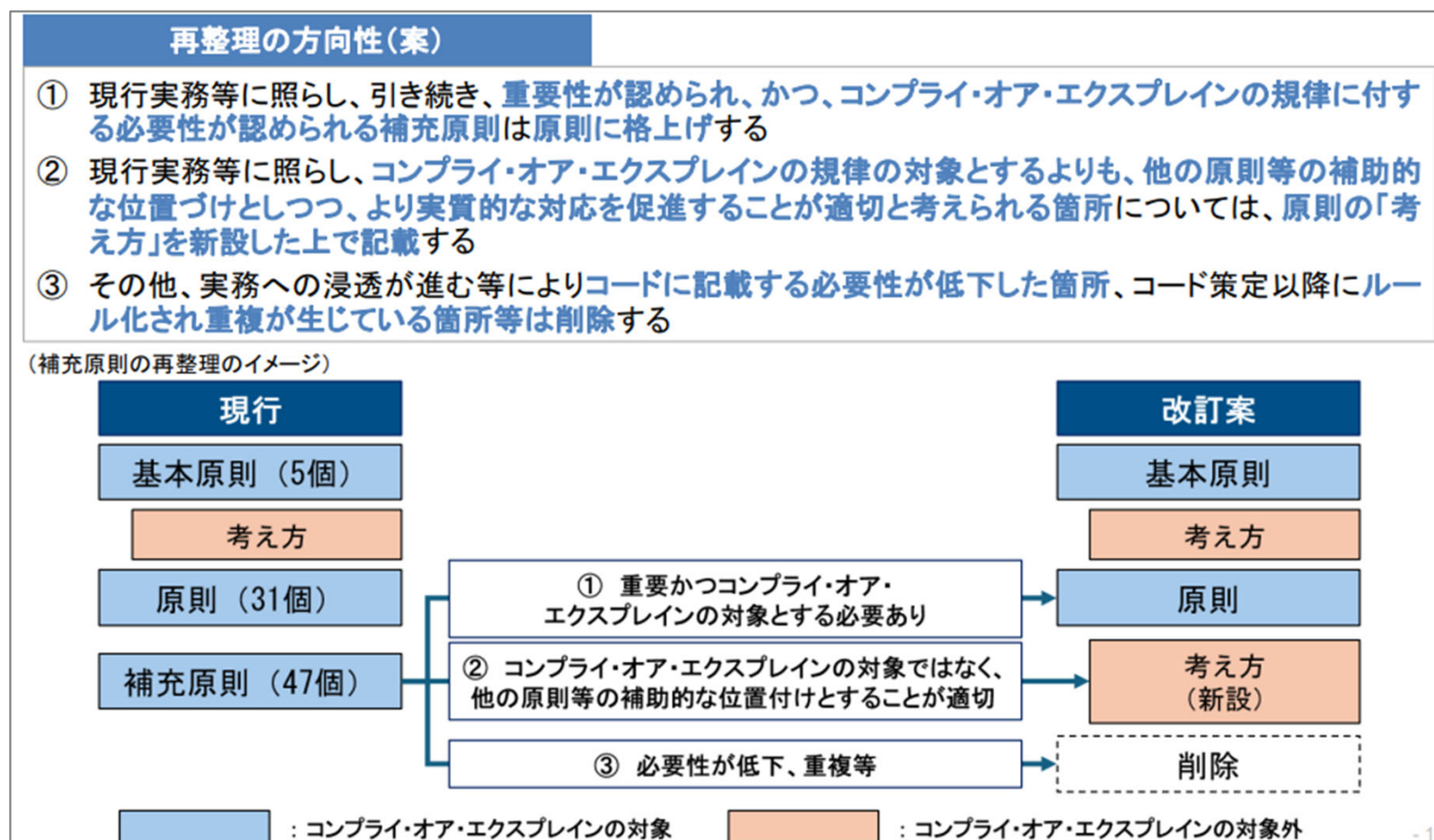


(注) 投資額は名目価格で表示。入手できたデータは、ブラジルが2021年、インドが2022年、日本が2023年まで。なお、インドのデータは、7月から翌年6月までの会計年度を基準としており、2011年であれば2011年7月から2012年6月までを表す。

出典：World Intangible Investment Highlights

コーポレートガバナンス・コード改革の実質化

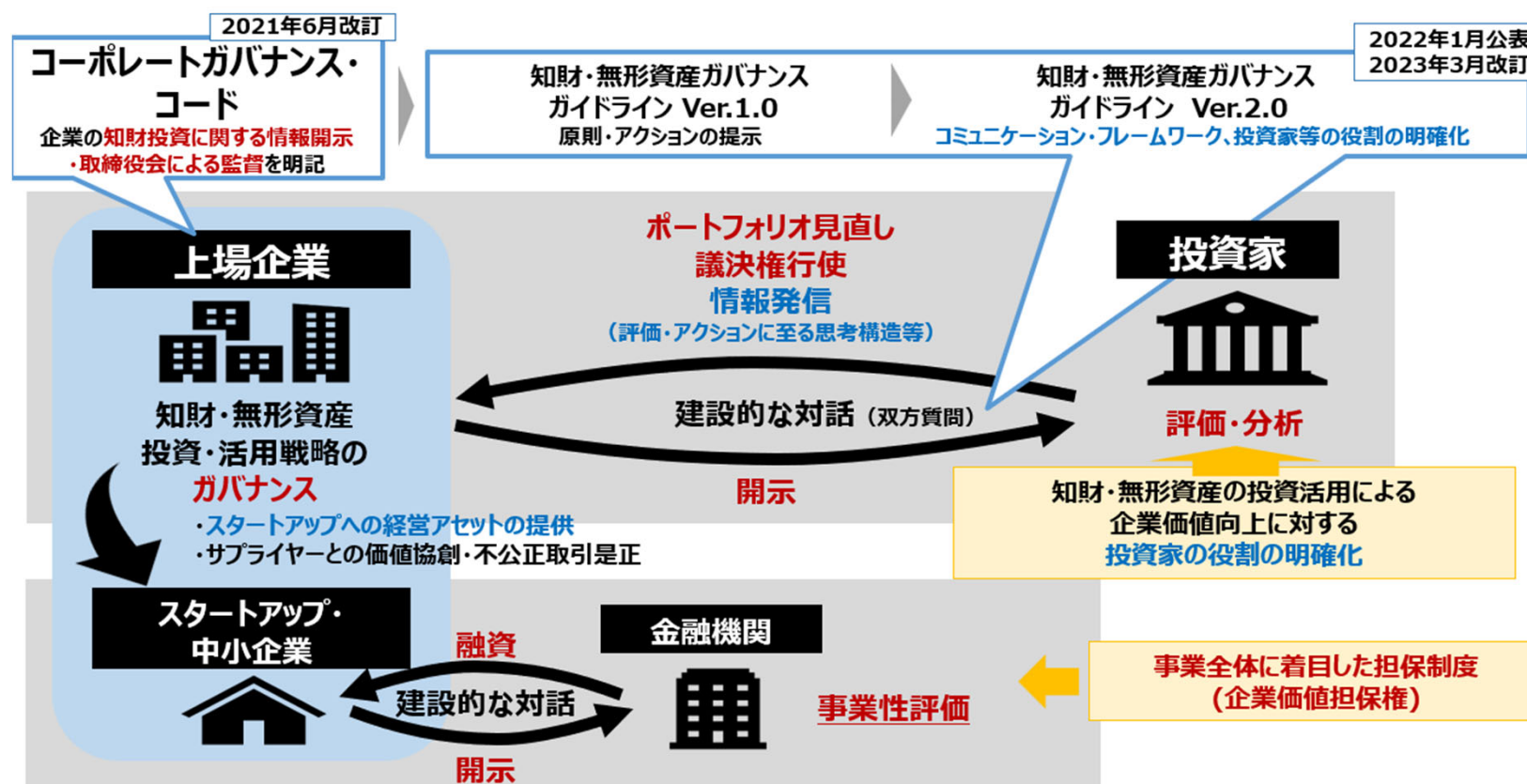
- 2021年6月のコーポレートガバナンス・コード改訂により、上場企業は、知財・無形資産の投資・活用に関する経営資源の配分や、事業ポートフォリオに関する戦略の実行、それらの実効的な監督が求められることとなった。
- 現在、コーポレートガバナンス改革の実質化や、コードのスリム化／プリンシプル化を念頭に、コード改訂に向けた議論が進められている。



出典：金融庁「コーポレートガバナンス・コードの改訂に関する有識者会議」

第25回 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

- 2021年6月のコーポレートガバナンス・コード改訂を受け、企業と投資家・金融機関等に対して求める取組や役割について明らかにし、知財・無形資産の投資・活用を加速化すべく、2021年8月より有識者による検討会を継続的に開催し、知財・無形資産ガバナンスガイドラインを策定・改訂した。
- コーポレートガバナンス・コード改訂の議論を契機に、知財・無形資産の投資・活用が依然として不十分である現状を改善すべく、2025年10月29日に第25回検討会を開催した。
- 経営における知財・無形資産の考え方の浸透、投資家と企業との対話の活性化、知財・無形資産の戦略的・効果的な開示等の課題について議論した。



第25回知財投資検討会において、委員から寄せられた課題

- ❑ 知財は企業の競争力の源泉であるが、投資家からは見えにくい資産。企業からの開示は、特許件数や技術説明にとどまり、知財が事業や利益にどう結びつくかが語られていない。
- ❑ 開示の質や価値創造ストーリーが重要であり、開示の標準化や効果的な見せ方の整備が必要。
- ❑ 知財・無形資産を定量化しなければ知財・無形資産ガバナンスは廃れていく。
- ❑ 大企業の経営者の知財無形資産の強みの認識が不十分。サイロ化の打破のため、取締役会で積極的に知財・無形資産の重要性を議論することが重要。
- ❑ 企業における経営戦略に関わるプロジェクトに知財部が入っていることはほとんどなく、連携ができていないのが現状。知財経営を実現するためには、オープンクローズ戦略の浸透が重要。
- ❑ 経営層が知財・無形資産の本質的価値を理解しておらず、知財部が経営戦略や価値創造ストーリーに関与できていないことが課題。
- ❑ 知財・無形資産ガバナンスガイドライン（GGL）の本質が伝わっていない。ターゲットに対して解像度高く伝わらない理由について明確に考え、施策を考えていく必要がある。
- ❑ 価値協創ガイダンス2.0を使う企業が増えているが、GGLを使う企業はごく一部。
- ❑ 中小企業においてGGLの存在を知らないところが多い。ここを改善しないと大企業との連動やバリューチェーンの強化につながりにくい。



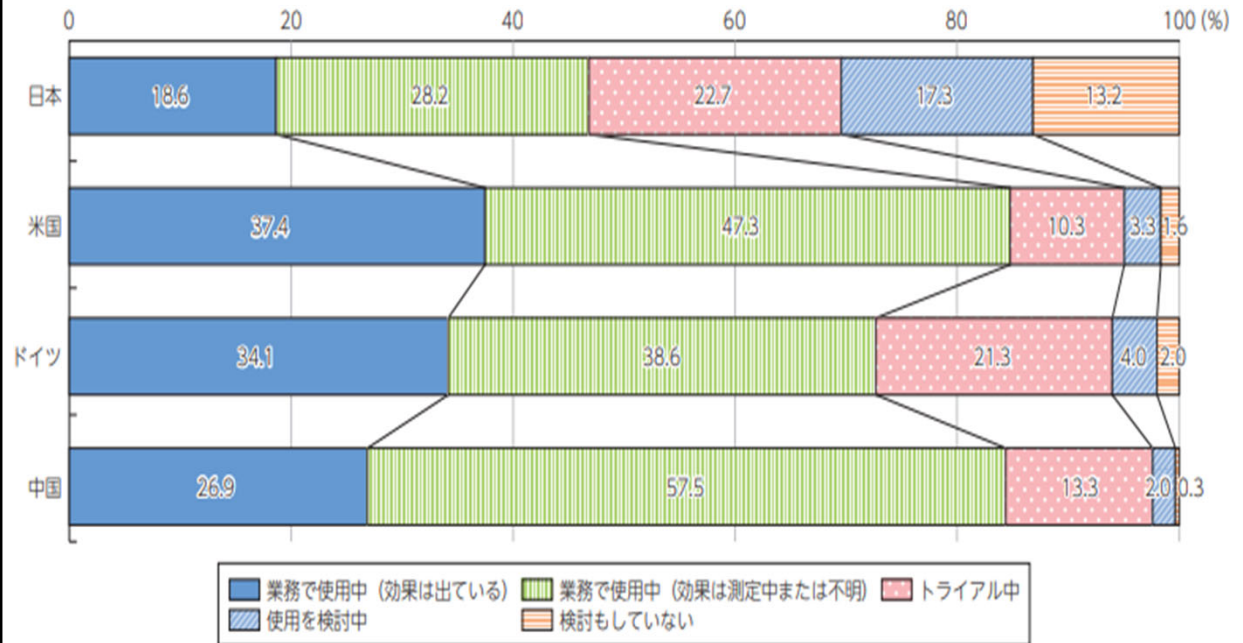
- 上記課題をどのように改善し得るか、本構想委員会においても御意見・御示唆をいただきながら、検討を進める。

-
1. 知財・無形資産への投資促進による価値創造
 - 2. AI・デジタル時代の知的財産制度の構築**
 3. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の促進
 4. クールジャパン戦略の展開
 5. コンテンツ戦略の推進
 6. 本日はご議論いただきたいこと

AIと知的財産権

現状と課題

- AIの市場規模や研究費が増加している一方で、我が国企業の業務における**生成AIの利活用は海外と比較して進んでいない**。
- AI事業者による情報開示が進んでいないことや、権利者への対価還元の機会が限られていること、AI利用者側がリスクを懸念するといった影響が生じている。
- 発明創作過程においてAIを利用した場合、**AIの開発者等がどのような貢献をすることにより発明者として認められるか否かについて明確な基準がない**。



（出典）総務省「令和6年版情報通信白書」
業務における生成AIの活用状況（メールや議事録、資料作成等の補助）

今後の方向性

- 「AI 事業者ガイドライン」等を通じて、AI事業者による主体的な開示対応を促すとともに、AIに関連する制度の運用の具体化の中で、**国際的な働きかけも行いつつ、実効性の担保に資するような透明性を確保**。
- 産業構造審議会知的財産分科会特許制度小委員会における、**AI利用発明の発明者の定義等についての検討及びその明確化**に向けた対応。
- **権利者への対価還元が促進される環境の構築**

(参考) 日本の置かれた現状

- 米国・中国のみならず、グローバルサウスを含めた世界各国がA I 開発競争に名乗り。
- 日本ではA I の利活用が十分に進んでおらず、AI関連の投資も停滞。
- 「A I を使わない」ことが最大のリスクであり、日本のA I 投資・利活用の推進は急務。

生成A I の利活用状況の変化

2023年

●個人の生成AIサービス利用経験

中国(56.3%) 米国(46.3%)
ドイツ(34.6%) **日本(9.1%)**

●企業における業務での生成AI利用率

米国(84.7%) 中国(84.4%)
ドイツ(72.7%) **日本(46.8%)**

2024年

●個人の生成AIサービス利用経験

中国(81.2%) 米国(68.8%)
ドイツ(59.2%) **日本(26.7%)**

●企業における業務での生成AI利用率

米国(90.6%) 中国(95.8%)
ドイツ(90.3%) **日本(55.2%)**

A I への民間投資額の変化

2023年

1位 : 米国(約672億ドル)
2位 : 中国(約78億ドル)
3位 : 英国(約38億ドル)
~
9位 : 韓国(約14億ドル)
~
12位 : 日本(約7億ドル)
13位 : アラブ首長国連邦(約4億ドル)

2024年

1位 : 米国(約1091億ドル)
2位 : 中国(約93億ドル)
3位 : 英国(約45億ドル)
~
8位 : アラブ首長国連邦(約18億ドル)
~
11位 : 韓国(約13億ドル)
~
14位 : 日本(約9億ドル)

適切な財産の保護と活用につながる透明性の確保に向けた取組

具体的な施策

- AIの利活用においては、クリエイターや権利者から、知的財産権の侵害に対する懸念の声が存在。知財事務局では、2023年10月より「AI時代の知的財産権検討会」を開催。昨年5月に公表した「AI時代の知的財産権検討会 中間とりまとめ」において、知的財産法の生成AIへの適用の考え方について整理を行うとともに、法・技術・契約の各手段を組み合わせ対応することが重要である旨を整理。
- 知的財産推進計画2025の策定プロセスにおいては、
 - ・AI事業者による情報開示が進んでおらず、自己のデータが利用されているかが不明であるため、ライセンスによる対価還元の機会が得られないこと
 - ・AIの利用者側としても、個人情報や海賊版コンテンツなどを学習したAIの利用に伴う訴訟リスクがあることなどの懸念が指摘されるとともに、これらの点は知的財産権に限った問題として解決を図ることに限界があることを踏まえ、同推進計画において、AI事業者による学習データの開示や生成AIの認証など、AIガバナンスの全般にわたり透明性の確保を促す仕組みを検討することの必要性を打ち出したところ。
- AI法の施行や基本計画・指針の策定に向けた検討と相まって、10/24にAI時代の知的財産検討会を開催し、下記の論点について審議。近日中に、透明性等に関する当面の考え方をとりまとめ予定。
 - 【論点①】

データの収集や、生成AIに係る開示・表示、保護データに係る対価還元、保護データに係る侵害防止技術、海賊版・偽情報・誤情報のスクリーニングに係る技術など、データの信頼性・安全性を含め生成AIに係る開示に向けた各種の対応が必要と考えられるところ、どのような方向で検討を進めるべきか。
 - 【論点②】

法・技術・契約の各手段を適切に組み合わせながら、連携した取組が重要であるところ、データ利活用に伴う対価還元を進めていくため、どのような課題を特定しつつ、取組を進めていくべきか。
 - 【論点③】

直近の生成AIと知的財産をめぐる技術動向や、国内外の裁判例等も踏まえつつ、AIとデータの取扱いについて、どのような将来像を想定しておくべきか。

AI技術の発達を踏まえた特許制度・意匠制度上の適切な対応

- 今後、発明創作活動に対するAI開発者等の関与が増えていくことが予測されるが、発明創作過程においてAIを利用した場合、AIの開発者等がどのような貢献をすることにより発明者として認められるか否かについて明確な基準がない。
- 特許庁において、AI技術の発達を踏まえた発明及びデザインの保護の在り方について検討が進められている。
- 主要な論点としては、発明（意匠）、発明者（創作者）、引例適格性等。

<AIの関与程度（イメージ）>

	(1)	(2)	(3)	(4)
	人のみによる発明	人が大部分を創作した発明	AIが大部分を創作した発明	(いわゆる) AI自律発明
概要	AIを用いておらず、自然人が発明者と認められる生成物	AIを用いているが、発明者と認めるに足る自然人の関与がある生成物	AIが創作過程の大部分を担い、発明者足り得る自然人の関与が不明な生成物	AIが自律的に発明し発明者と認められる自然人の関与があるとはいえない生成物
関与の程度	AI : 0 % 人 : 100%	AI : 20% 人 : 80%	AI : 80% 人 : 20%	AI : 100% 人 : 0%

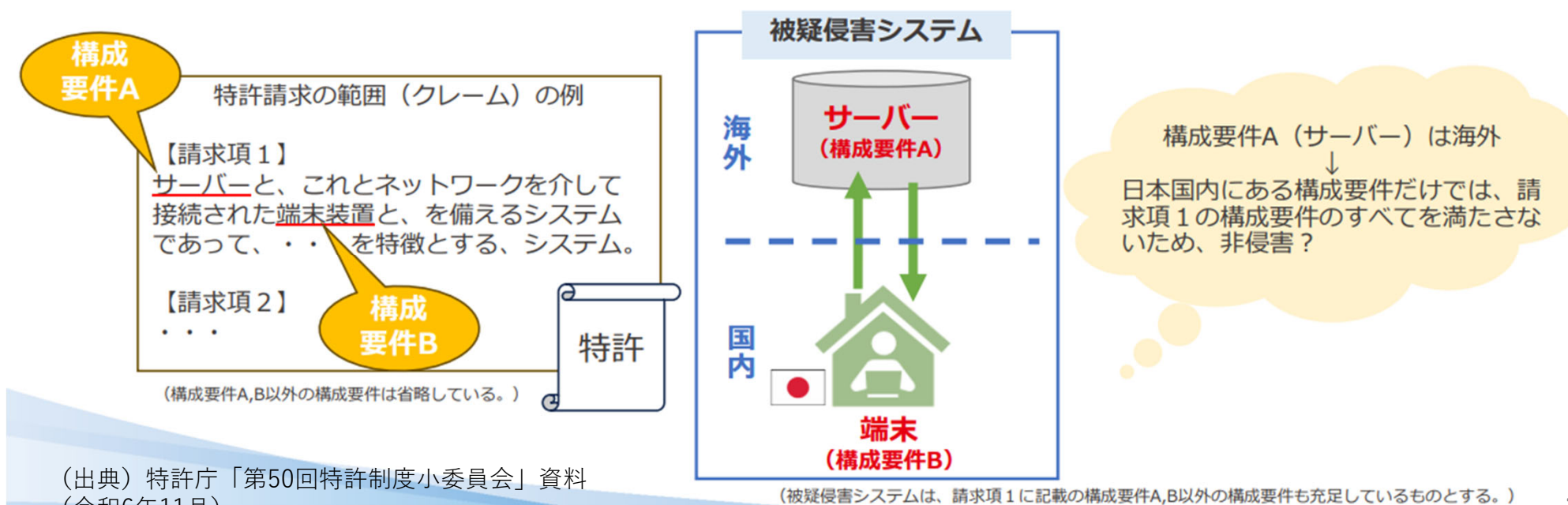
（出典）特許庁「第53回特許制度小委員会」資料（令和7年4月）

国際的な事業活動におけるネットワーク関連発明等の適切な権利保護

- ネットワーク関連技術の発展による国境を跨いだサービスの増加に伴い、発明の構成要件の一部であるサーバー等が海外に設置されることにより特許権侵害回避できてしまう可能性あり。
- 特許庁では、ネットワーク関連発明において、実質的に我が国の領域内における実施行為に当たると評価できる場合について検討がなされている。

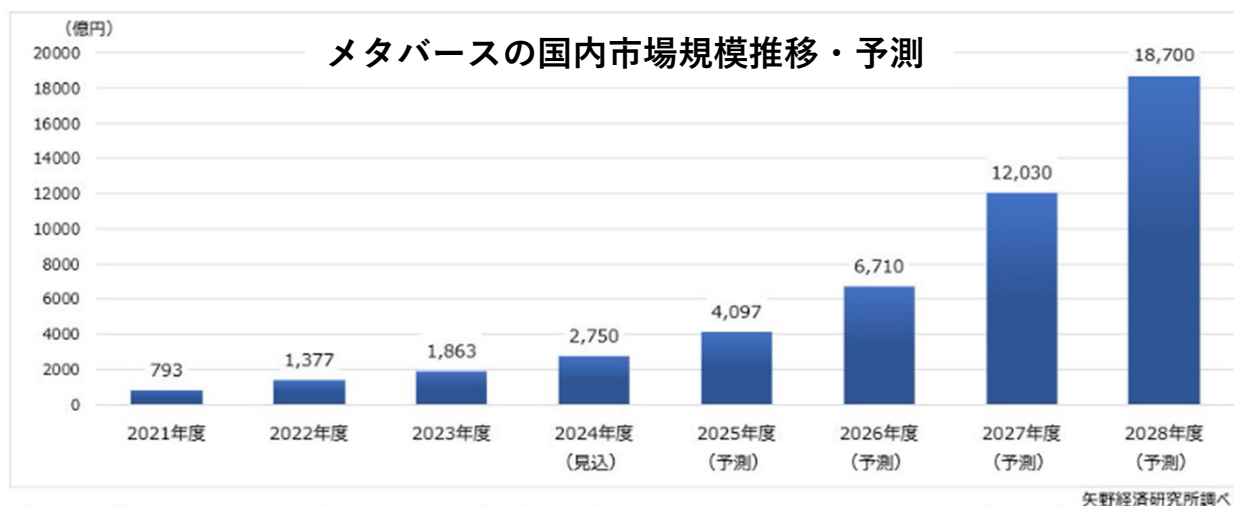
※ネットワーク関連発明とは、例えば、インターネット等のネットワークを介して接続された複数のコンピュータ（サーバー、クライアント端末等）の組合せによって実施することが前提とされる発明。様々な分野（検索サービス、ロボット制御、ヘルステック、自動運転、ドローン制御、自動受注・在庫管理、AR／VR、配車サービス等）でネットワーク関連発明が使われている。

※最高裁判所第二小法廷判決令和7年3月3日（特許権侵害差止等請求事件、令和5（受）14、15）では、米国のサーバーからのプログラムの「提供」等について、最高裁判所第二小法廷判決令和7年3月3日（特許権侵害差止等請求事件、令和5（受）2028）では、米国に存在するサーバーと端末とで構成されるシステムの発明の「生産」について、それぞれ特許権侵害を認めた。



仮想空間におけるデザインに関する意匠制度の在り方

- 近年では、VR技術の発展やオンラインコミュニケーション機会の増大等による仮想空間上のサービスの増加に伴い、例えば、現実空間の物品等のデザインを模した3Dモデルを第三者が無断で販売等するケースや、仮想空間で利用可能な3Dモデルのデザインが模倣されるケースが生じている。
- 特許庁において、仮想空間におけるビジネスやデザイン創作の実態を踏まえ、意匠制度見直しの必要性及び制度的措置の方向性について検討がなされている。



注1. 市場規模は、メタバースプラットフォーム、プラットフォーム以外（コンテンツ、インフラ等）、メタバースサービスで利用されるXR（VR/AR/MR）デバイスの合算値。

注2. エンタープライズ（法人向け）メタバースとコンシューマー向けメタバースを対象とし、ゲーム専門のメタバースサービスは対象外とする。

注3. 2024年度は見込み値、2025年度以降は予測値。

（出典）株式会社矢野経済研究所HP

<既存のコンシューマーゲームに登場するアイテムを模した3Dモデルを、コンテンツプラットフォームで取引（有償/無償）>

既存のコンシューマーゲームに登場するアイテム

コンテンツプラットフォームで取引されている3Dモデル（模倣品）

3D Asset Station

3Dモデル>ゲームアイテム

G-Modeler

paint gun (3Dモデル)

¥300

カートに入れる

購入手続きへ

有償取引の事例

3D Asset Station

3Dモデル>ゲームアイテム

I-Modeler

3D paint gun

¥0

カートに入れる

購入手続きへ

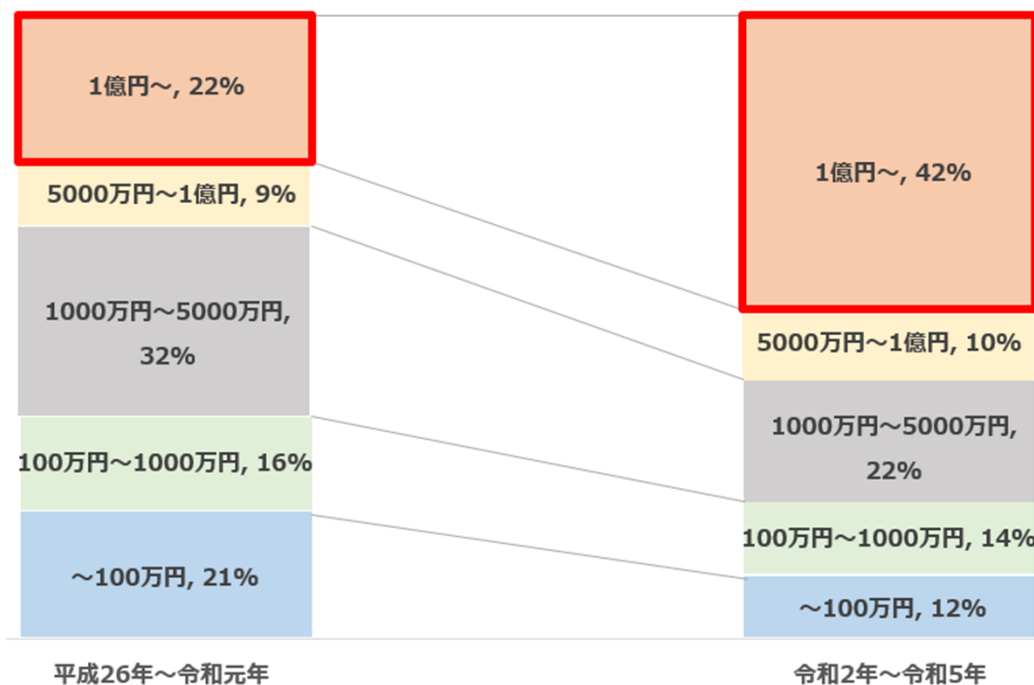
無償取引の事例

（出典）特許庁
「第18回意匠制度
小委員会」資料
（令和7年4月）

知的財産権関係訴訟の状況

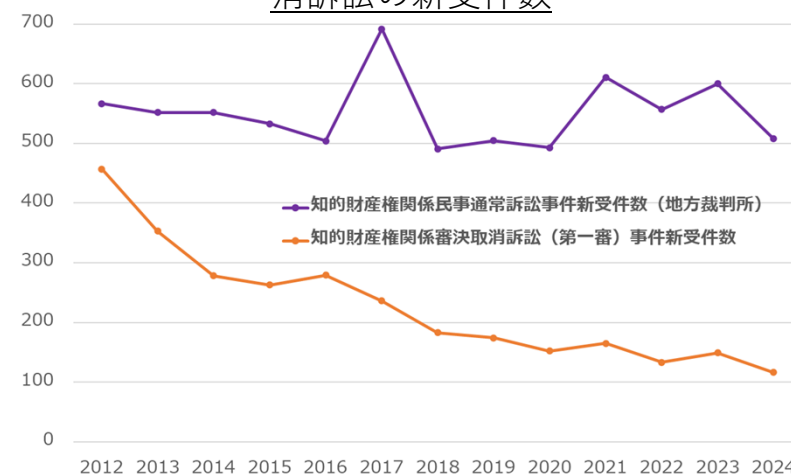
- 特許権侵害に係る損害賠償請求訴訟において、高額な認容額の割合は増加傾向。
- 知的財産権関係民事事件の新受件数は横ばいで、審決取消訴訟の件数は減少。
- 著作権に係る訴訟件数は増加傾向であるのに対し、特許権に係る訴訟件数は減少傾向。
➡どのような原因が考えられるか（知財・無形資産経営の浸透不足、調停の活用等）

特許権侵害に係る損害賠償請求訴訟における認容額（東京地裁・大阪地裁）

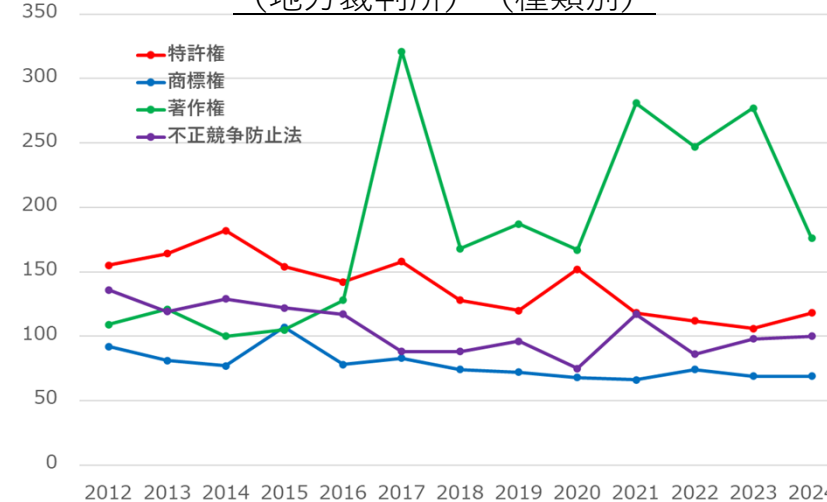


（出典）法曹会「法曹時報」より内閣府作成

知的財産権関係民事通常訴訟事件及び審決取消訴訟の新受件数



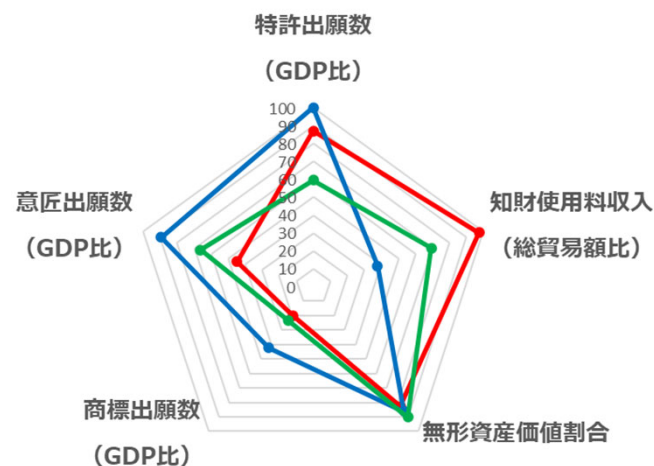
知的財産権関係民事通常訴訟事件新受件数（地方裁判所）（種類別）



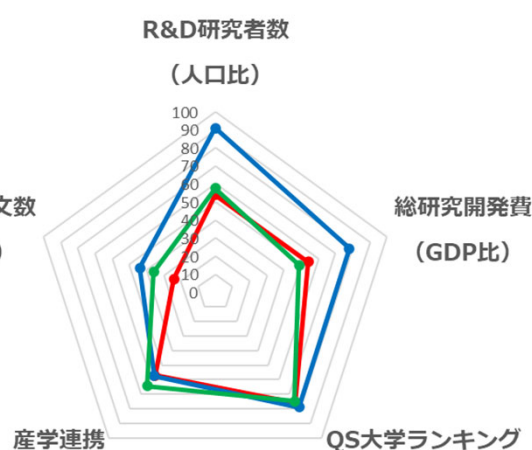
グローバルイノベーション指数（GII）2025の日韓独比較

- 知財無形資産関連指標において、日本は「知財使用料収入」が強く、「意匠出願数」や「商標出願数」が弱い。一方、研究開発及びSU関連指標において、日本は韓国よりも弱い指標が多い。
- 2022年と比較すると、韓国は「無形資産価値」及び「QS大学ランキング」の指標が上昇しているのに対し、日本は下降している。

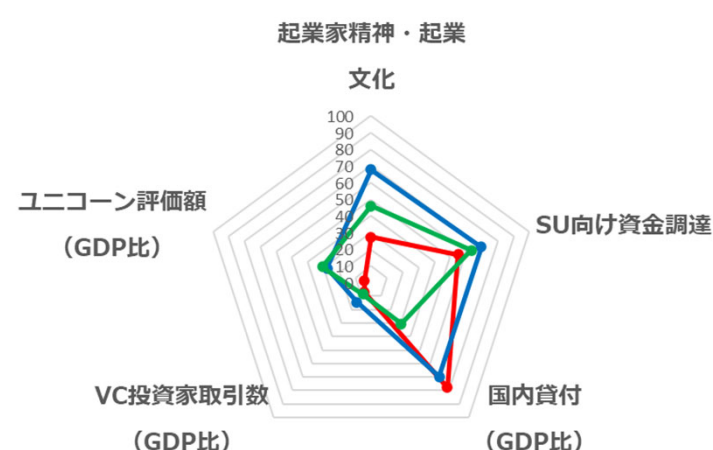
知財無形資産関連



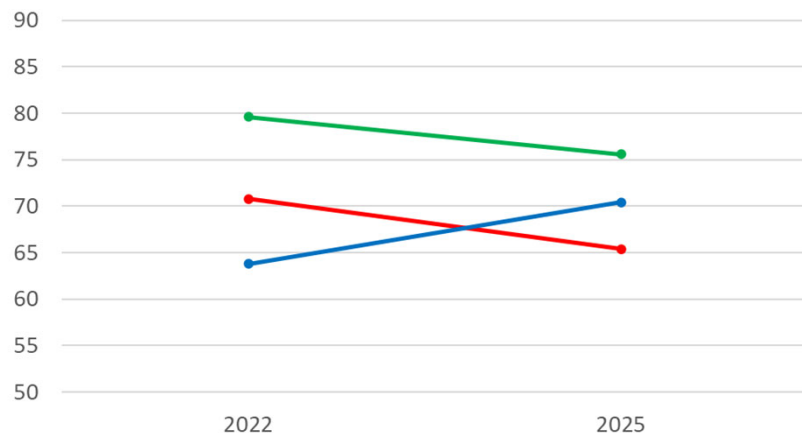
研究開発関連



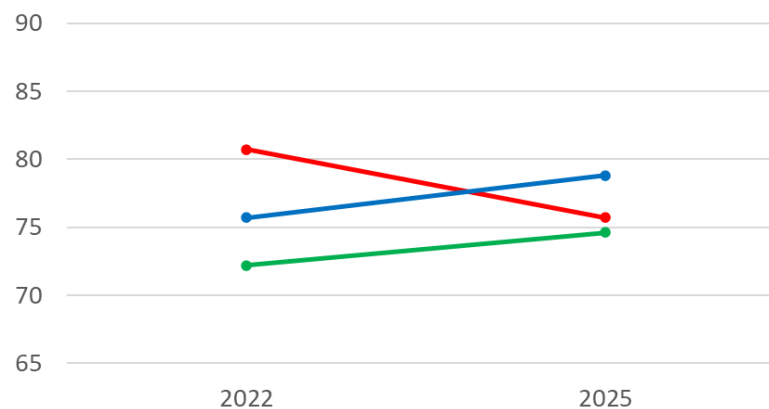
SU関連



無形資産価値割合 (%)



Q S 大学ランキング



● 日本
● 韓国
● ドイツ

(出典)
WIPO "Global
Innovation Index
2025"より内閣府
作成

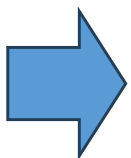
今後の取組の方向性

- AI法に基づく基本計画や指針の策定と連動し、適切な財産の保護と活用につながる透明性の確保に向けた方策を示す。



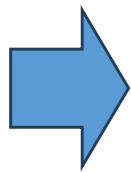
- 引き続き、「AI時代の知的財産検討会」において、データ利活用に伴う課題を特定し、取組を進めていく。

- AI技術の発達を踏まえた発明及びデザインの保護の在り方について検討を進める。



- 特許制度小委員会及び意匠制度小委員会において、AI利用発明の発明者の定義や生成AIによるデザインの意匠該当性等について検討を進める。

- 国内外の企業を惹きつける「世界最先端の知的財産制度」の実現に向け、デジタルトランスフォーメーション（DX）時代にふさわしい産業財産権制度の在り方について検討を進め、法改正を含めた必要な措置を講じる。



- ネットワーク上における国境を跨いだ特許侵害について、発明の実施形態として実質的に国内の実施行為と認められるための要件の明文化に向け検討を進める。
- 仮想空間におけるビジネスやデザイン創作の実態を踏まえた意匠制度の見直しの必要性及び制度的措置の方向性について検討を進める。

-
1. 知財・無形資産への投資促進による価値創造
 2. AI・デジタル時代の知的財産制度の構築
 - 3. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の促進**
 4. クールジャパン戦略の展開
 5. コンテンツ戦略の推進
 6. 本日はご議論いただきたいこと

新たな国際標準戦略（令和7年6月3日知的財産戦略本部決定）

- ◆ 国際標準を通じた国際社会や我が国の課題解決、経済安全保障への貢献、市場創出を実現すべく、**新たな国際標準戦略**を策定。

現状と課題

- 国際標準化の取り組みは進展するも、**産業界や学术界、政府の意識改革**や、**専門人材育成は道半ば**。
- 近年、デジタル・生成AI・気候変動・経済安全保障・システムなどの**領域横断的な標準化が拡大**。欧米中がそれぞれ国際標準戦略を策定し強力に標準化を推進。
- 我が国として、国民の安全確保とグローバル市場への参入拡大を両立するための**国際標準活動への積極参加が不可欠**。

今後の予定（方向性）

【ポイント① 国際標準の担い手の強化】

- 国際標準活動をリードしていくため、**経済界・学术界への働きかけ、関連人材の育成や専門サービスの育成・強化、国際的なネットワーキングや各国との連携の強化**等の取組を進める。

【経済界・学术界・政府】 経営層の意識改革、研究開発・補助金・公共調達での標準化支援

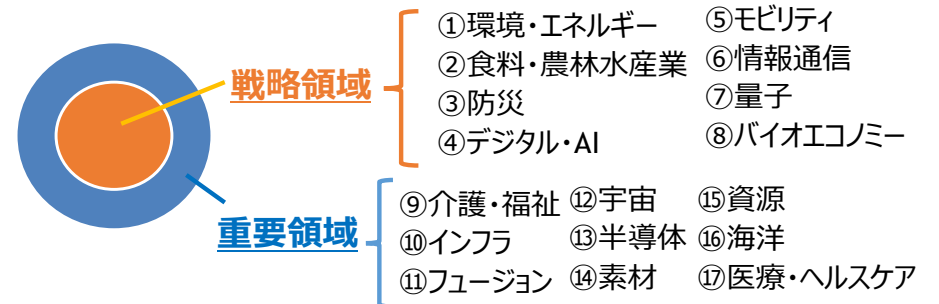
【専門人材・サービス】 人材育成システム強化、試験・認証機関育成強化に向けた海外連携・施設整備支援

【国際連携・ネットワーク】 国際機関等への積極参画、国際相互承認の推進、国際会議の招致

【官民連携の場の設置】 官民連携による司令塔の設置、官民での情報共有、在外官民ネットワーク

【ポイント② 戦略領域・重要領域の選定】

- 国際社会及び我が国にとって重要であり、かつ、国際標準が重要成功要因となり得る**17の重要領域**を選定。対応の緊要性を踏まえ、**重要領域の中から、更に8つの戦略領域**を選定。
- 今後、官民でのリソースを集中配分。



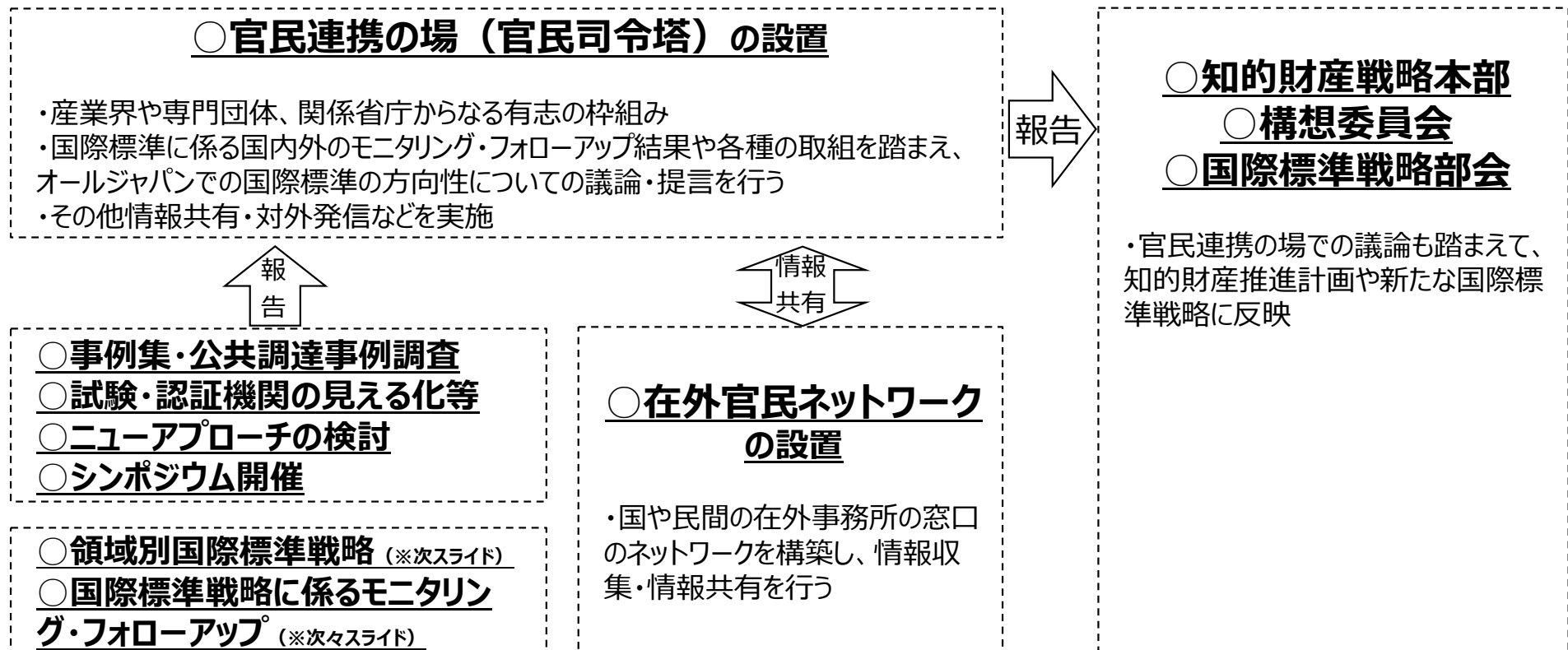
【ポイント③ 経済安全保障】

- 自律性の確保、優位性・不可欠性の確保・維持・強化、国際秩序の維持強化の観点踏まえ、同志国連携、懸念国からの財・サービスの流入への対応などで国際標準を活用する。（戦略領域・重要領域においても経済安全保障上の重要分野をカバー）

今年度の取組①: 担い手の強化

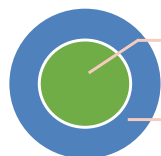
- **司令塔機能を果たす官民連携の場**を新たに設け（※年度内の立ち上げを目指し調整中）、戦略のモニタリング・フォローアップ等を通じて、我が国全体の国際標準活動の在り方について方向性を示す。
- **官民の在外事務所間のネットワーク**を年度内に構築し、現地での国際ルールメイキングや標準化活動についてのインテリジェンス機能の強化を図る。
- 産業界の取組を促すべく、**事例集**の取りまとめや、標準・認証を活用した**公共調達**や**補助金交付の事例調査**を進める。
- 試験・認証機関などの専門サービスの活用を促進すべく、我が国の**試験・認証機関が提供するサービスの見える化**を図るとともに、**規制と標準・認証の一体活用**（ニューアプローチ・グローバルアプローチ）の効果についての検討を進める。
- 産業界の国際標準活動への理解醸成を図るべく、**シンポジウム**を開催し、普及啓発を推進。

【官民連携の場を始めとする取組イメージ】



今年度の取組②：戦略領域・重要領域への重点的取組

- 今回の戦略で策定した17の戦略領域・重要領域について、科学技術・イノベーション予算の一部である「標準活用加速化支援事業」を活用し、各省庁や民間の取組を支援。
- 戦略領域・重要領域の領域別国際標準戦略の策定を促進すべく、モデル的な領域別国際標準戦略を策定中（令和7年度に2領域を策定）



戦略領域：環境・エネルギー 食料・農林水産業 防災 デジタル・AI モビリティ 情報通信 量子 バイオエコノミー

重要領域：介護・福祉 インフラ フュージョン 宇宙 半導体 素材 資源 海洋 医療・ヘルスケア

標準活用加速化支援事業R7配分実績

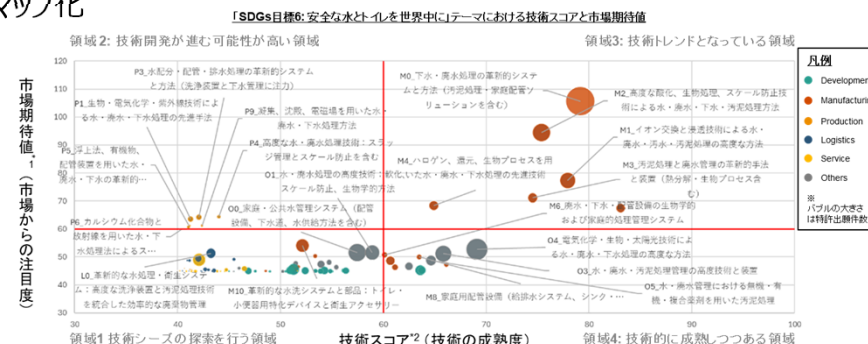
環境・エネルギー（11億）	<ul style="list-style-type: none"> GHG排出量 自然資本（水資源）、フュージョン 等
デジタル・AI・量子・通信（4.7億）	<ul style="list-style-type: none"> 情報通信、ICT、量子の人材育成 データ取引、AI認証 等
医療・福祉（3.1億）	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアデータ統合 スマート治療室 等
レジリエンス（2.3億）	<ul style="list-style-type: none"> リスクファイナンス 水防災 等
農林水産（1.7億）	<ul style="list-style-type: none"> 食事全体での栄養評価概念 食料・農林水産業の標準化戦略 等
モビリティ・インフラ（2.5億）	<ul style="list-style-type: none"> 次世代モビリティ、衛星ナビゲーション 港湾、建機のDX化 等
横断的取組（4.8億）	<ul style="list-style-type: none"> 産学連携によるO&C戦略 BRIDGEシンポジウム開催

【領域別国際標準戦略（モデル）の策定（自然共生・防災）】

<領域別戦略に盛り込む内容>

- ① 当該領域における国内外の動向・状況（市場規模・市場動向、ステークホルダー、技術的強み、特許等の状況、標準化動向、政策状況など）
- ② 当該領域の日本としての攻め・守りとして注力すべき分野と、当該分野において特にKSF（重要成功要因）となり得る国際標準化の特定
- ③ ①・②を踏まえた国際標準化に向けた具体的取組（国際標準化に向けたロードマップ、体制、人材確保、認証等の実装、活動支援、各国における仲間作りなど）とそのKPI
- ④ 当該領域における国際標準戦略を適時適切にフォローアップあるいは見直していくための枠組み

⇒IPランドスケープ等も実施し、我が国の勝ち筋となる国際標準ターゲットを選定、ロードマップ化



今年度の取組③：戦略のモニタリング・フォローアップの実施

- 新たな国際標準戦略に基づき、今後、国内外の政策や国際標準化動向について、**随時モニタリングを実施**（開始済）。
- また、毎年度末、当該年度の官民の国際標準への取組状況を聴取し、**戦略の進捗状況のフォローアップ**を行う。
- モニタリング・フォローアップ状況については、官民連携の場（官民司令塔）にも適時共有し、官民でのアジャイルな対応に繋げていく。

<モニタリング>

・以下のとおり、①標準化新規ニーズ・シーズ把握、②戦略領域・重要領域モニタリング、③新たな機会探索、④先進各国/地域、⑤連携パートナーについて、定期又は適時に情報を収集し取りまとめ、関係者に共有する。

	調査対象（例示）	モニタリング目的	調査タイミング
i 標準化 新規ニーズ・ シーズ把握	(例) 造船 AI認証 ポスト コンテンツ SDGs	■ 科学技術イノベーションおよび産業政策と標準化の連携ニーズ・シーズ把握 （“新たな標準化ニーズ・シーズは”）	定期 （半期調査等）
ii 戦略領域 重要領域 モニタリング	【戦略領域】 ①環境・エネルギー ⑤モビリティ ②食料・農林水産業 ⑥情報通信 ③防災 ⑦量子 ④デジタル・AI ⑧バイオエコノミ	■ 戦略中の戦略領域・重要領域の国際標準動向把握 （“戦略領域・重要領域で何が起きているか”）	定期 （月次調査等）
iii 新たな社会 価値の定義 機会探索	(例) 防衛 人権 ウェルビーイング 複数領域に跨るもの :	■ 今後我が国が影響力を確保すべき国際標準のポジションの探索 （重要領域以外も含めた“チョークポイントはどこか”）	定期 （月次調査等）
iv 先進 各国/地域 ベンチマーク	(例) EU 中国 米国	■ ルール競争としての競合分析 ■ 重要領域等における標準化協調分野の探索 ■ 我が国施策検討の参考	適時
v 連携 パートナー 分析	(例) ASEAN 豪州 他	■ 連携パートナーに内在する課題の把握 （協力プログラム検討）	適時

反映・更新・連携

Ⅰ～Ⅲと連携

月次モニタリングレポート：8月分
（情報収集期間：2025年4月1日～8月31日）

- ① 特定戦略領域：気候変動・エネルギー・GX
- ② 特定戦略領域：デジタル
- ③ その他の戦略領域：重要領域
- ④ その他 領域横断的事項

➡毎月モニタリングレポートを作成し、関係者に共有する。

➡年度末に1年間のモニタリング結果を整理・取りまとめ

<フォローアップ>

・各省庁における具体的施策の進捗状況、及び戦略領域・重要領域の取組状況について、毎年度、各省庁に調査票を発出し、点検・評価を行う。

【フォローアップのフォーマット案】

入力項目	入力区分	記載内容
施策分類	必須	・ 国家標準戦略の施策分類を選択
施策名	必須	・ 実施する施策の具体的な名称を記載
施策内容	必須	・ 実施する施策の具体的な内容を記載
施策が必要となる背景	必須	・ 施策を実施する理由となる背景を記載（国内の状況・課題、海外の動向等）
目指す成果（定性的に記述）	必須	・ 目指す成果（アウトカム）、アウトプット、具体的な成果物等を定性的に記載 ・ 目指す成果を検討中または検討未済の場合は、今後の検討予定について記載
実施項目・KPI	必須	・ 成果創出に向けた具体的な実施項目とKPIを設定して記載 ・ KPIは可能な限り定量的に記載。未設定の場合は今後の検討予定を記載
当年度の実績	必須	・ 実施項目・KPIに対する実績を記載 ・ その他の活動内容（規格作成プロセスへの関与等）も、定性的に記載
進捗における課題と解決の方向性（計画）	任意	・ 進捗に関しての課題がある場合、定性的に記載 ・ 課題解決の方向性や、次年度の計画等について、検討内容を記載
公開範囲に関する希望	任意	・ 上記の記載内容について、官民連携の場等で非公開としたい内容が含まれる場合、非公開とする内容と希望理由を記載

・フォローアップ結果については、公開/非公開部分に分けて対応

政策実現に向けた課題特定のための進捗管理
（対象：原則として全情報）

- 政策実現に向けた課題特定
➢ 非公開の場（官民連携の場等）で課題について議論

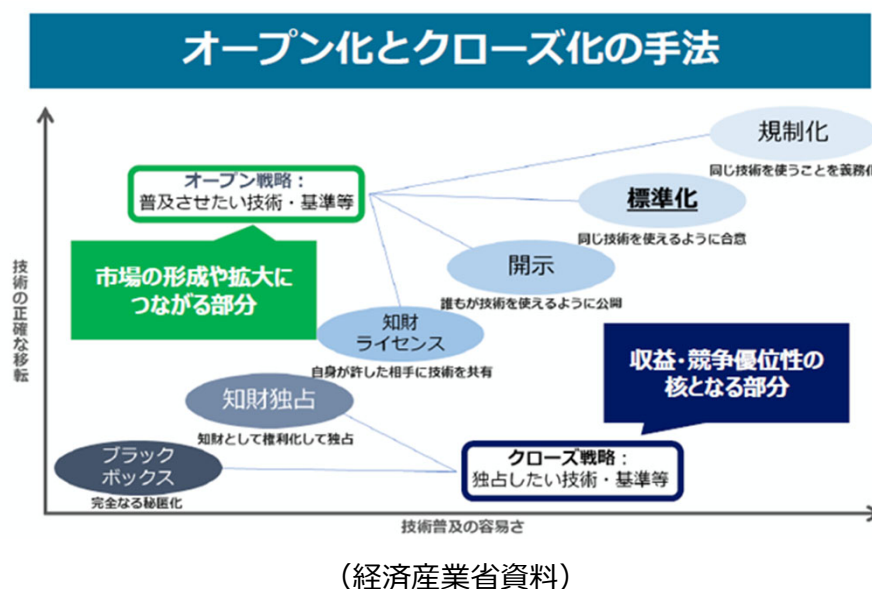
我が国の標準戦略に対する
求心力獲得のための
建設的な情報開示

- 国際発信の場での情報開示により我が国の標準戦略に対する求心力を獲得
➢ 国際標準戦略部会等での発信を想定
➢ 知的財産推進計画での進捗の開示
➢ 英語翻訳を通じた国際的な発信（発信方法等は今後の検討を継続）

今後の取組の方向性

上記の国際標準戦略に基づく取組を踏まえつつ、

- 国際標準活動は、知財管理と並んで企業にとっては事業戦略（オープン＆クローズ戦略）の一部であるが、国際標準活動が複数年に亘る一方で、個社の事業戦略の変化（事業撤退等）や、費用対効果が見えにくいなどのネックがあることから、国際標準活動を、個社の事業戦略として位置づけられるようにするための仕組みが必要。



- AIやデジタルといった技術革新や、経済安全保障の観点から、規制と標準・認証のあり方（欧州のように、大枠の規制の中に具体的な基準やその担保として標準・認証を組み込んでいく等）についても検討を深めていく必要。



- 「構想委員会」「国際標準戦略部会」において、個社レベルで（知財管理とも絡めつつ）国際標準活動に取り組むための仕組みや、我が国における規制と標準・認証のあり方などについて、御意見・御示唆をいただきながら、検討を進める。

-
1. 知財・無形資産への投資促進による価値創造
 2. AI・デジタル時代の知的財産制度の構築
 3. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の促進
 - 4. クールジャパン戦略の展開**
 5. コンテンツ戦略の推進
 6. 本日はご議論いただきたいこと

クールジャパン関連産業の進捗（知的財産推進計画2025）

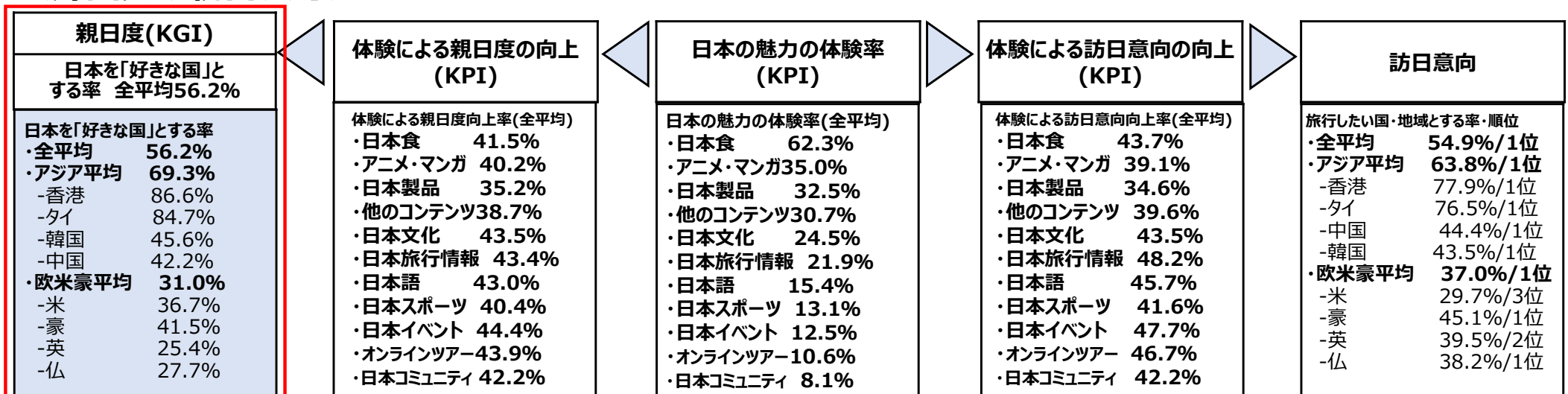
- ・クールジャパン関連産業の最新値に基づく海外展開は27.1兆円（前回値から8.0兆円増、約42%の増）。一方、化粧品の海外展開は減少。
- ・日本を「好きな国」とする率は、全世界の国・地域平均で56.2%、アジア平均は69.3%、欧米豪平均は31.0%。

<クールジャパン関連産業の海外展開進捗>

		今回調査値（兆円）	増減率（%）	前回調査(兆円)
コンテンツの海外展開（海外市場規模）		5.8（2023年）	23.22	4.7（2022年）
訪日外国人旅行（インバウンド）消費額		8.1（2024年）	53.39	5.3（2023年）
食	農林水産物・食品の輸出額	1.5（2024年）	3.64	1.5（2023年）
	食品製造業の現地法人の売上高	7.3（2023年）	109.0	3.5（2022年）
ファッション	繊維品・繊維製品の輸出	1.0（2023年）	2.85	0.9（2022年）
	主たるファッションメーカーの海外売上	1.8（2023年）	26.83	1.4（2022年）
化粧品	化粧品の輸出	0.6（2023年）	-21.05	0.8（2022年）
	主たる化粧品メーカーの海外売上	1.0（2023年）	-4.77	1.0（2022年）
合 計		27.1	41.92	19.1

※前回調査では内閣府調査をもとに作成した「主たる食品メーカーの海外売上」を計上。今回からは経済産業省「海外事業活動基本調査」もとに作成する「食品製造業の現地法人の売上高」を計上。

<外国人の親日度等>



※アジアでは全ての国・地域で日本が好きな国・地域の1位、豪では2位、米では3位、仏では5位、英では8位

クールジャパン関連産業の現状の取組

- ◆ **クールジャパン関連産業を2033年までに合計50兆円以上の海外展開規模とし、日本ファン割合を10ポイント増加を目指し、関係省庁間をはじめ、自治体、民間の垣根を超えた連携を強化し、地域資源を最大限活用した異分野間連携を推進する。**

1. コンテンツ地方創生拠点として選定

- ・コンテンツを起点とした経済波及効果の大きい官民連携による地域一体となった取組について、コンテンツ地方創生拠点として選定を行い、2033年までに全国約200か所の選定を目指し、地域経済の活性化を図る

2. 世界から求められる体験価値化、高付加価値化を推進

- ・地域資源を活用し、世界から求められる価値を体験できる商品・サービスの高付加価値化の推進
- ・デザインやアートの機能を活用したクールジャパンの取組の底上げ
- ・イノベーションにより高付加価値化を生み出す中小企業やスタートアップ支援、新規参入しやすい環境整備
- ・新たな技術を活用した取組等を推進
- ・体験価値化、高付加価値化の推進する人材育成

3. マーケット目線のブランディング

- ・マーケット目線を更に重視した海外の市場開拓・拡大を図る取組の推進
- ・ユネスコ無形文化遺産等世界的な評価等の高まり等を踏まえたブランディングの促進
- ・中小企業自らが海外市場を理解することによるブランド戦略を展開の推進
- ・2025 年12 月から施行するEU のGI制度の今後の動向を把握し、日本での導入可否を検討する

4. 国際的な政治・経済情勢リスクへの対応

- ・誤情報の是正や科学的根拠に基づかない輸入規制措置の即時撤廃の働きかけや輸出先の多角化、新規開拓
- ・インバウンドについて、マーケットの多角化・分散、新規開拓
- ・国際的な様々な規制の動向等把握

5. 日本ファンの拡大に向けて発信力を強化

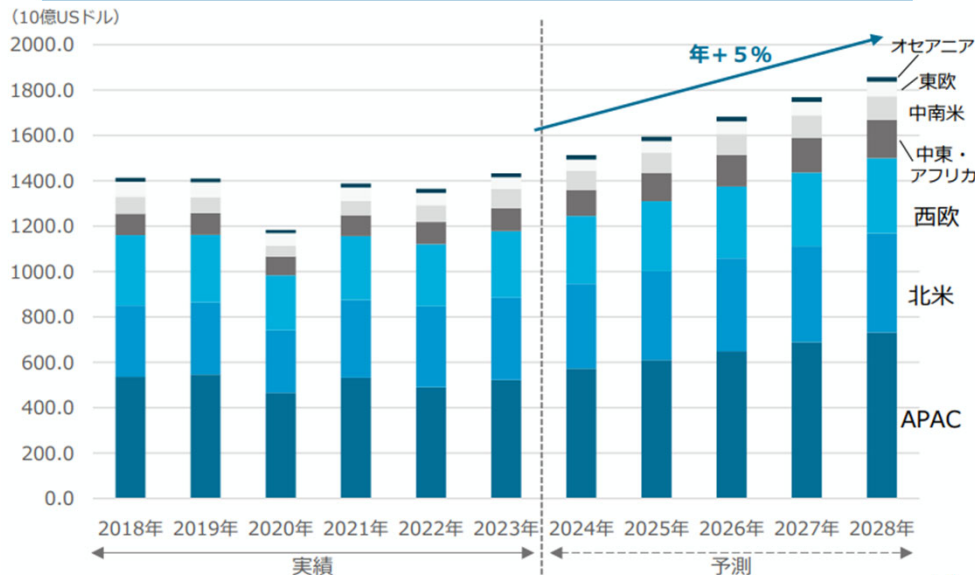
- ・日本ファンの拡大、日本のブランド価値の向上に向けて発信力の強化に取り組む
- ・日本ファンの外国人コミュニティやインフルエンサー等との積極的な連携・活用、点ではなく面でプロモーションの推進

ファッション分野の海外展開

市場動向

- ◆ 世界的にアパレル市場は成長市場であり、年間5%増加するという予測もある
- ◆ 我が国は、生地・繊維の輸出額割合が大きいですが、**衣料品等の最終製品の輸出も増加傾向**。
- ◆ 近年、**コンテンツとの連携や日本の伝統技術との連携等**により、付加価値を向上させ、世界で評価されている事例も出てきている。
- ◆ 訪日インバウンド消費では、衣類は買い物代の費目別購入率3位（38.9%）、**インバウンド需要が拡大**。

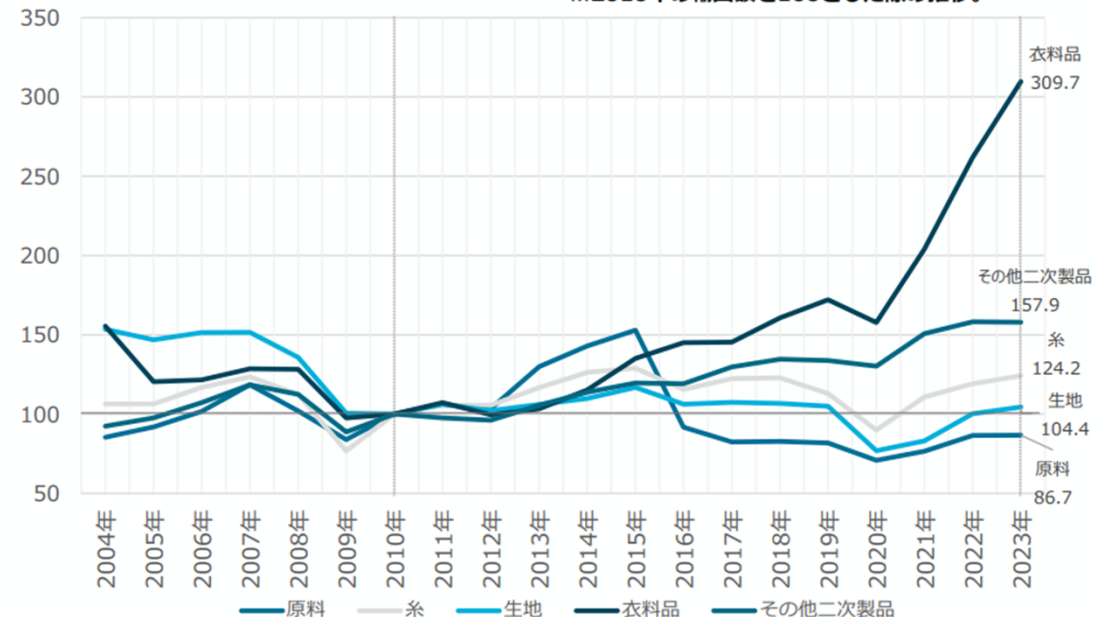
世界のアパレルの市場規模



出典：ユーロモニター ※小売り販売価格（名目値）ベースでの市場規模

繊維関連品目別輸出額の推移

※2010年の輸出額を100とした際の推移。



出典：Global Trade Atlas

※原料：絹、羊毛、綿、亜麻、合成繊維、再生繊維、半合成繊維等。

※その他二次製品：フェルト、不織布、絨毯、工業用繊維製品、毛布、ベッドリネン等。

論点

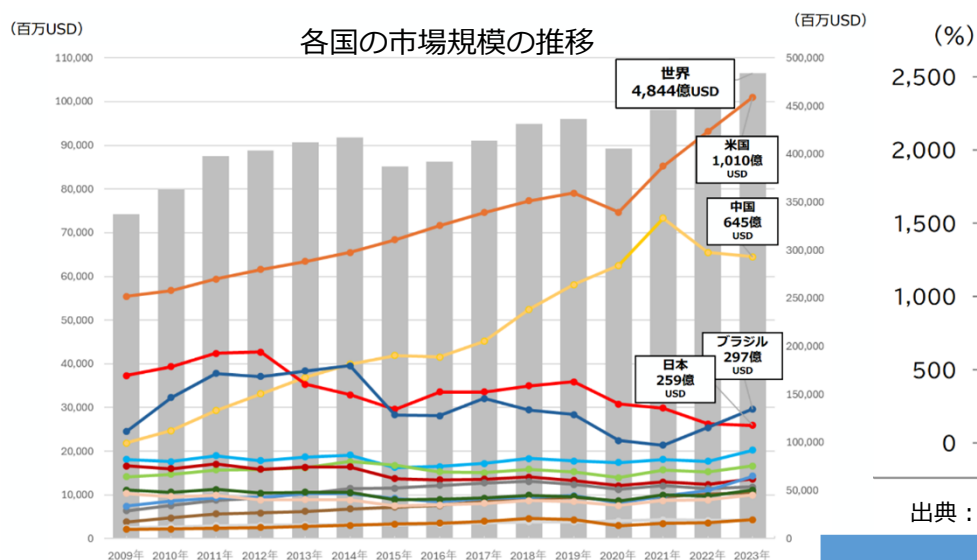
※上記のグラフはいずれも「繊維産地におけるサプライチェーン強靱化に向けた対応検討会」第三回事務局資料より抜粋。経済産業省作成。

- ◆ 最終製品の輸出増につなげるには、素材、技術等の日本の産地が有する強みをいかした商品開発・高付加価値化等への取組強化が必要ではないか。
- ◆ 訪日後のリピー特購入の観点から、海外から直接購入できるグローバルECへの対応が必要ではないか。
- ◆ エンタメコンテンツ等、業界を超えた海外発信の強化が必要ではないか。

化粧品分野の海外展開

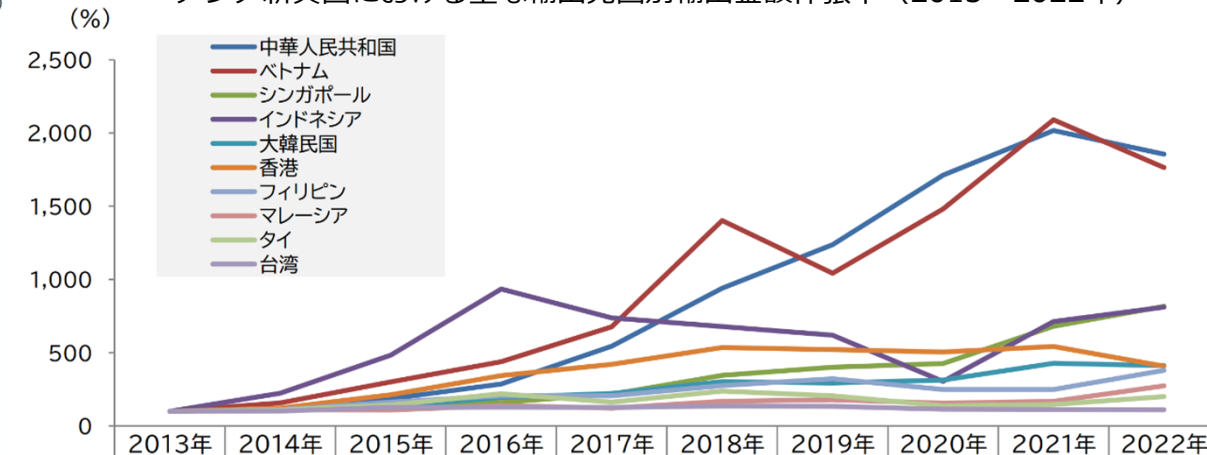
市場動向

- ◆ 2023年の**世界の化粧品の市場規模**は4844億米ドル（70兆円程度）、**年率4-6%で成長中**。世界市場における我が国の順位は米国、中国、ブラジルに次いで4位（2022年は3位）。**我が国の輸出先**は、中国、香港、シンガポール等**アジア地域が中心**。近年、ベトナム、シンガポール、インドネシアへの輸出額の伸びが成長。
- ◆ **アジア圏の化粧品市場**は、**スキンケアの割合が大きく**、**我が国の高品質なスキンケア製品の強みが生かせる一方**、**北米・欧州**は、製品の偏りがより小さく、**パーソナライズやサステナビリティを重視**する傾向。また、アジア圏では、オンライン販売も成長。



出典：経済産業省資料（ユーロモニターインターナショナルよりあずさ監査法人作成）

アジア新興国における主な輸出先国別輸出金額伸張率（2013～2022年）



出典：株式会社ソフィアリンクス「化粧品産業の持続的な発展における今後の方向性に関する調査」（令和6年3月）

各国の化粧品市場におけるスキンケアが占める割合（%）

日本	中国	香港	台湾	韓国	米国	フランス	ブラジル	全世界
53	65	65	60	57	30	34	15	36

出典：化粧品産業ビジョン（令和3年4月）

論点

- ◆ 海外市場の獲得には各国の規制や嗜好等に合わせたローカライズ、オンライン対応等の商流の構築が必要であるが、中小・中堅企業を含め、こうした対応を強化していくにはどのような取組が必要か。
- ◆ 品質と安全性を含め、日本の化粧品の価値や世界観などのブランディング及び発信力を向上させるにはどのような取組が必要か。

訪日外国人旅行者の地方周遊

市場動向

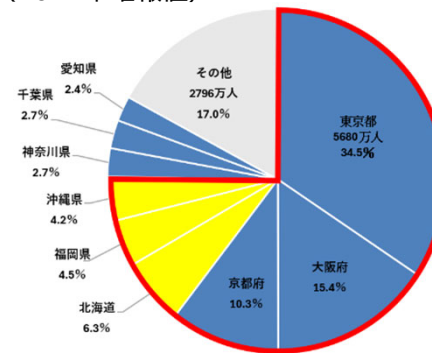
- ◆ 2023年の訪日高付加価値旅行市場の消費額は約1.0兆円（2019年から**50.6%拡大**）となり、同時期の世界の高付加価値旅行市場（+17.6%）を上回る**伸長**。
- ◆ 訪日外国人旅行者の**宿泊先の7割が三大都市圏**に集中、訪日外国人旅行消費額は東京都、大阪府、京都が高いが、**世界の旅行者は、日本の食等に加え、日本の歴史や文化体験、日常生活体験などへの関心が高い**。
- ◆ 欧米豪の旅行者は複数の都道府県を訪問する傾向があり、アジアの旅行者はリピーター率が高い傾向がある。

日本政府観光局（JNTO）高付加価値旅行市場規模調査結果

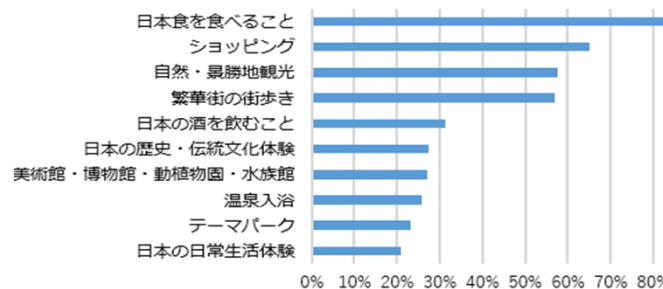
指標	2019年	
	為替：109.0円/USD	
1. 世界の 高付加価値旅行 市場規模	消費額（全市場）	18兆円
	消費額（市場別）	1位 中国、2位 米国、3位 中東、4位 シンガポール、5位 豪州、6位 タイ、7位 台湾、8位 韓国、9位 中東、10位 マレーシア、11位 ベトナム、12位 インドネシア、13位 英国（10市場で全体の68.1%）
	旅行者数（全市場）	873万人
2. 訪日 高付加価値旅行 市場規模	訪日消費額（全市場）	6,744億円
	訪日消費額（市場別）	1位 中国、2位 米国、3位 シンガポール、4位 香港、5位 豪州、6位 タイ、7位 台湾、8位 韓国、9位 中東、10位 マレーシア、11位 ベトナム、12位 インドネシア、13位 英国（10市場で全体の83.7%）
	訪日旅行者数（全市場）	32万人

※全市場とは、2019年の調査対象24市場の合計。市場別に記載した市場以外は、平均伸び率等を用いて推計。
※市場別とは発地の国・地域別

外国人延べ宿泊者数 都道府県別割合（2024年確報値）

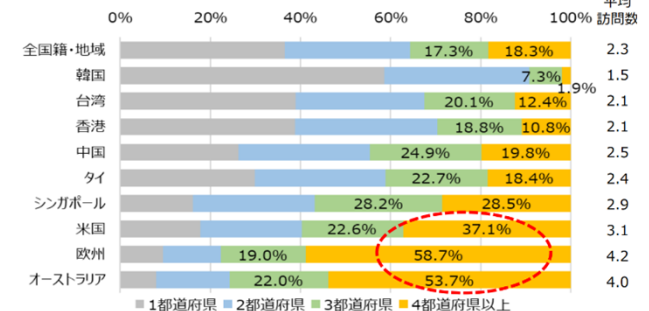


訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと（2024年）



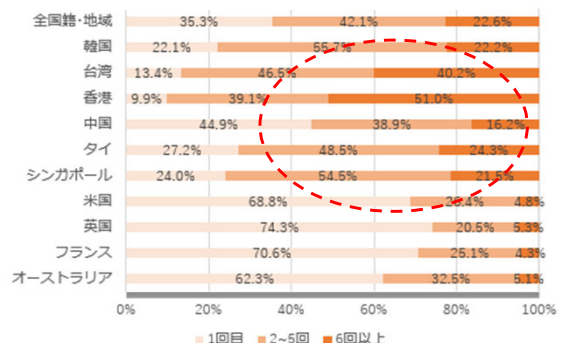
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」（2024年）より内閣府作成

（図表 I -53）国籍・地域別訪問都道府県数（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」観客データ（観光・レジャー目的、2023年）により作成。
注1：「訪問都道府県」は、各都道府県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰り訪問する場合を含む。
注2：欧州は英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア及びスペインの合計。

国籍・地域別訪日回数（2024年）



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」（観光・レジャー目的、2024年）より内閣府作成

論点

- ◆ 訪日外国人旅行者の地方周遊・長期滞在を推進するには、受け入れ環境整備や情報発信においてどのような取組強化が必要か。

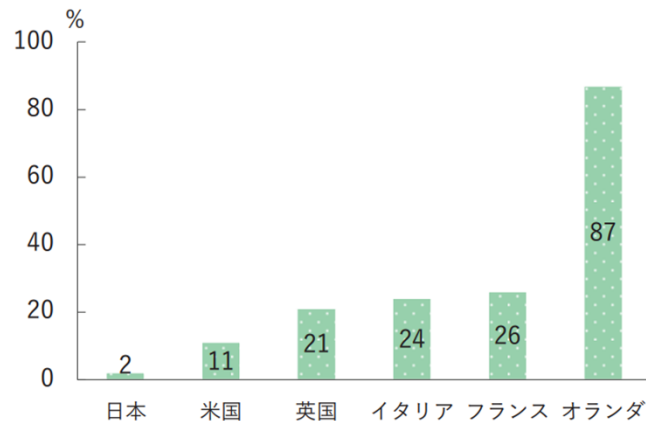
※スライド29ページについては、委員のみの配布

農林水産物・食品の海外展開

市場動向

- ◆ 農林水産物・食品の輸出額は、2025年1月から9月で対前年同期比15%増となり、**拡大の傾向**。一方、2019年の輸出割合は2%となっており、他国と比較して低い水準。
- ◆ **訪日動機の一つは日本食**となっており、我が国の農林水産物・食品には**潜在的な海外ニーズ**がある。また、食品産業の海外展開による収益額は1.7兆円、インバウンドによる食関連消費額は2.3兆円であり、ともに過去最高を記録しており、**輸出拡大のポテンシャルは高い**。

図表3-2-1 世界の農林水産物・食品の輸出割合

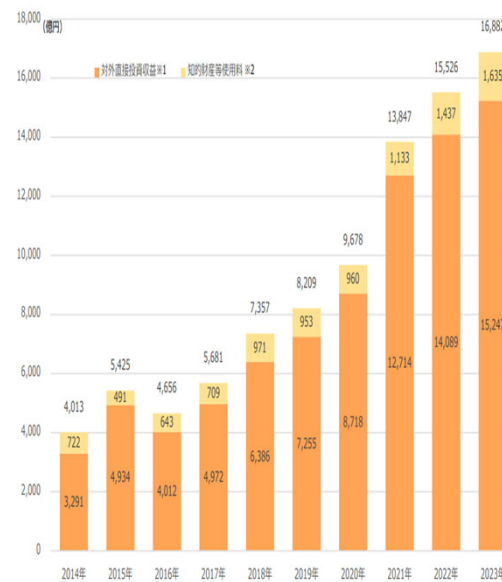


資料：FAOSTAT、UNIDO、ISIC Revision 3 のデータを基に農林水産省作成

注：1) 令和元(2019)年の数値

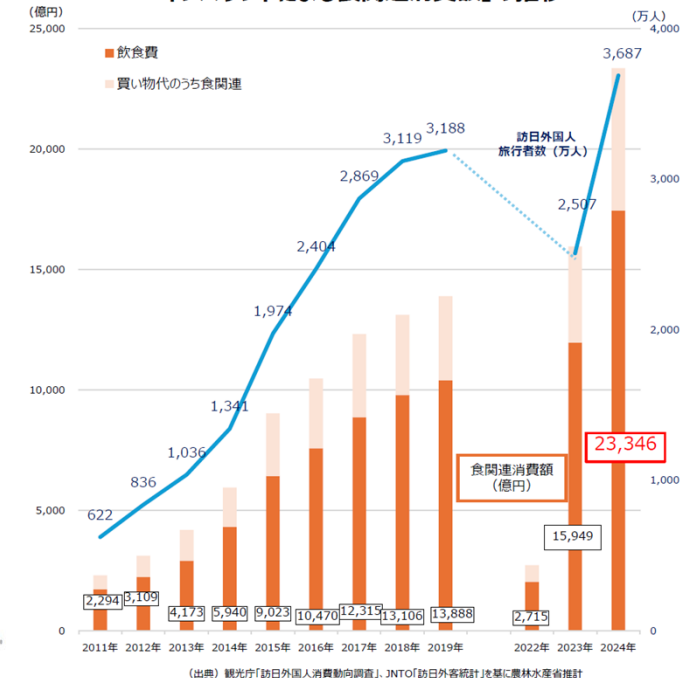
2) 輸出割合は、生産額(農産物・食品製造業(含水産業)・木材産業)を輸出額(農産物・食品製造業(含水産業)・木材産業)で除した数値

食品産業の海外展開による収益額の推移



注) 食品産業の海外展開による収益額は、食品の製造業、卸売業及び小売業並びに外食産業に加えて、農林水産業並びに木材及び木材製品の製造業の海外展開による収益額を含む。
※1 対外直接投資収益：海外の企業への投資により子会社等から得られる配当金等及び再投資収益（海外子会社等の内部留保）
※2 知的財産権等使用料：特許権、著作権等の知的財産権の使用料

「インバウンドによる食関連消費額」の推移



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、JNTO「訪日外客統計」を基に農林水産省推計

論点

- ◆ 現地での日本食・日本食文化の普及は農林水産物・食品の輸出拡大を牽引することから、現地での日本食・食文化を発信する関係者等と連携して海外展開を進めていく必要があるのではないか。
- ◆ 日本国内における本場の食体験は、帰国後の日本食の購買につながることから、自国でも購入できるよう日本食のECサイトや現地スーパーでの展開等の取組が必要ではないか。
- ◆ 我が国の果樹等の国際競争力を確保するため、優れた品種や技術の厳格管理や、戦略的なライセンス等優良品種の保護・活用がより一層必要ではないか。

今後の取組の方向性

- 2024年6月に決定された「新たなクールジャパン戦略」に基づき、クールジャパン関連産業を基幹産業と位置付け、経済効果として2033年までに合計50兆円以上の海外展開規模とし、日本ファンの割合を10ポイント増加させることを目指す。
- コンテンツを起点とする経済波及効果の大きい地域一体となった官民連携の取組について、2033年までに「コンテンツ地方創生拠点」として全国約200か所の選定を目指し、関係省庁、自治体、関係経済界が連携して強力に推進する。2025年度中に約20か所を選定予定。
- クールジャパン関連産業について、世界から求められる体験価値化、高付加価値化を推進、マーケット目線のブランディングによる海外展開規模の拡大、国際的な政治・経済情勢リスクへの対応、日本ファンの拡大に向けた発信力強化に取り組む。

関係省庁と連携し、



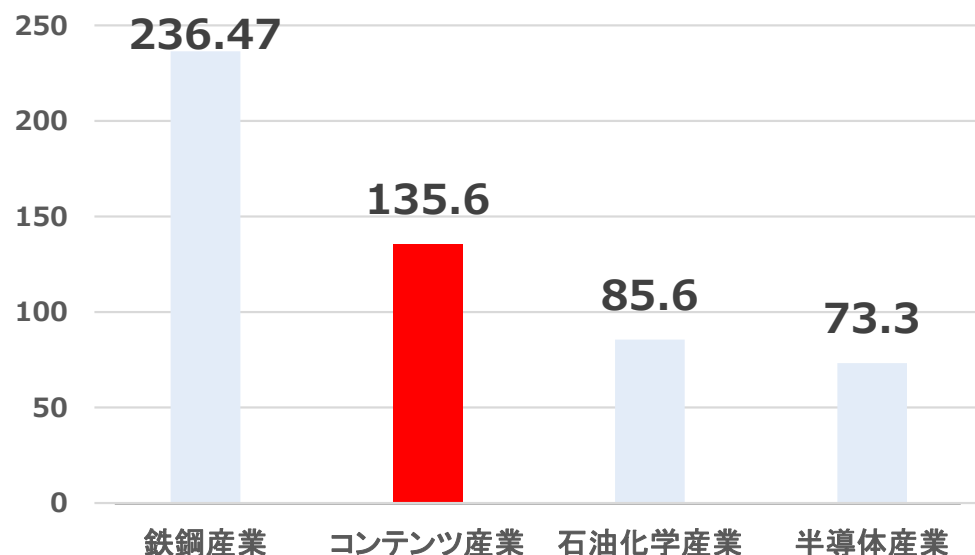
- 訪日観光客等の地方周遊・長期滞在を促進するため、受け入れ環境整備や情報発信の強化のための課題やコンテンツと地方創生の好循環を実現するための課題について検討を進める。
- 特にクールジャパン関連産業のうちのファッション分野やビューティ分野を中心に、異分野連携等による付加価値向上、DX等、海外展開規模の拡大に向けた課題について検討を進める。

-
1. 知財・無形資産への投資促進による価値創造
 2. AI・デジタル時代の知的財産制度の構築
 3. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の促進
 4. クールジャパン戦略の展開
 - 5. コンテンツ戦略の推進**
 6. 本日は議論いただきたいこと

コンテンツ産業の世界市場・我が国輸出額規模の相場感

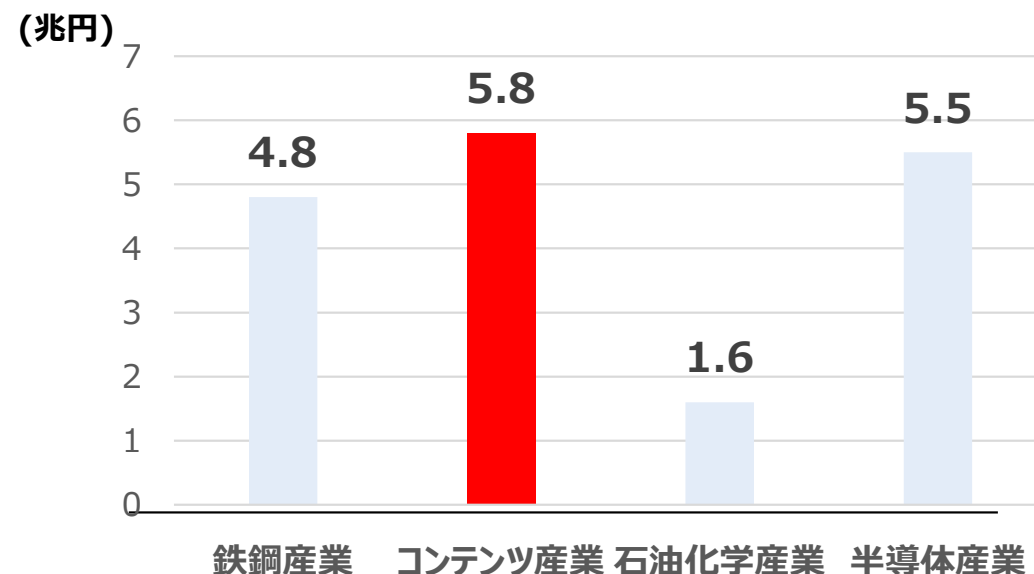
- 世界のコンテンツ市場の規模は、石油化学産業、半導体産業よりも大きい。
- 日本由来コンテンツの海外売上は、鉄鋼産業、半導体産業の輸出額に匹敵する規模。

(兆円) **コンテンツ産業の世界市場規模**



(注) 2023年のデータ、コンテンツの世界市場規模のみ2022年のデータ

我が国の産業の輸出額等の規模感比較



(注) 2023年のデータ

(注) 2023年は1ドル = 139.1円で算出。

(出所) 以下を基に作成。

鉄鋼	世界市場…株式会社グローバルインフォメーション「市場調査レポート」 https://www.gii.co.jp/report/ires1808588-iron-steel-market-by-product-type-process-form-raw.html?
輸出額	…一般社団法人日本鉄鋼連盟 鉄鋼輸出入実績概況 https://www.jisf.or.jp/data/boeki/index.html
コンテンツ	世界市場…PwC グローバル エンタテインメント&メディアアウトlook2023-2027 (注)映画・ラジオ・ポッドキャスト・新聞・雑誌・本・映像配信・テレビ・ゲーム・eスポーツ・VR・モバイルAR・音楽を抽出
輸出額	…株式会社ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2024 確定版」※海外市場の売上 https://humanmedia.co.jp/database/PDF/subscription2024_04.pdf
石油化学	世界市場…株式会社グローバルインフォメーション 石油化学製品市場：製品別、最終用途別-2025～2030年の世界予測 https://www.gii.co.jp/report/ires1595306-petrochemicals-market-by-product-benzene-butadiene.html
輸出額	…石油化学工業協会 石油化学製品の国別輸出額 https://www.jpca.or.jp/statistics/annual/kuni_ex_im.html
半導体	世界市場…Historical Billings Report https://www.wsts.org/67/Historical-Billings-Report
輸出額	…財務省貿易統計（半導体等電子部品） https://www.customs.go.jp/toukei/suii/html/data/y6_1.pdf

コンテンツ産業の競争力強化・拡大に向けて

背景及び目的

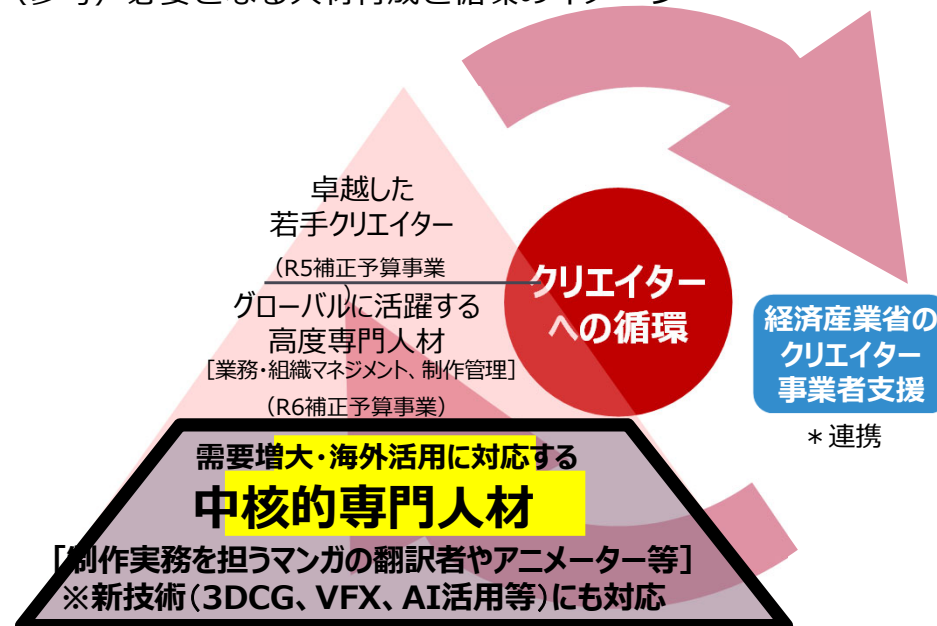
- 日本発コンテンツの海外売上高は、過去10年で3.7倍に拡大して2023年5.8兆円となり、半導体の輸出額を超えている。政府においては、コンテンツ産業を新たな基幹産業と位置づけ、2033年に海外売上高を20兆円とする目標を設定した。
- デジタル関連収支の赤字が拡大する中で、収支の改善のためにも世界に知られる日本のエンタメ・コンテンツの競争力をさらに高め、海外市場における収益の確保を強化していくことが重要。
- これらの目標の実現のためには、コンテンツ産業の担い手の不断の取組が、常に不確実性と対峙する高リスクの挑戦であり、他産業の研究開発に比肩する知的・資本集約的活動であることに配意しつつ、手を緩めることなく政策を継続する必要がある。
- このため、人材育成及び海外への事業展開の両面について、ライバル国に負けない大規模かつ複数年度も含めた予算措置や、税制の活用を促進する等、強力な支援を行うべき。

①人材育成における取組

現状と課題

- 2033年に海外売上高を20兆円とする政府目標の達成のためには、中核的専門人材が質・量ともに著しく不足しており、需要の伸びに供給が追いつかない状況が臨界的に顕在化している。
- このままでは供給制約がボトルネックとして我が国の強みである創造力の発揮を構造的に阻害する懸念がある。これらの事態を回避するため、以下の取組を強力に進める。

(参考) 必要となる人材育成と循環のイメージ



今後の方向性

- 高度な技術を活用し、制作現場を担う中核的専門人材（マンガの翻訳者やアニメーター等）の育成や確保を図る
- コンテンツの企画・開発から对外発信まで行える人材の育成・輩出を促進する
- VFX・3DCG加工等のポストプロダクションの国内振興や制作現場におけるAI等の高度技術の活用等を支援することにより、デジタルコンテンツ制作に係る産業集積を創出する
- マンガ等コンテンツの国際文化発信やそのための翻訳者等の人材育成、その基盤となるコンソーシアムの構築を戦略的に推進し、海外でのマンガ作品の文化的な評価を高める
- 著作物等データの流通環境の構築により権利者等への対価還元を図る

等

②海外展開に向けた課題（ビジネス展開の支援）

現状と課題

- 諸外国が多額の政府資金を投資して質の高いコンテンツを市場に投入するという国際競争環境の下、ハイリスクという事業特性のために過小投資になりやすく、日本の優位性が失われるリスクがある。
- 日本発コンテンツを世界中に届ける国際流通機能を強化するとともに、世界的な大ヒットを目指す大規模コンテンツの制作やロケ誘致の支援の強化等に取り組むことが必要である。

【国際流通プラットフォームの例】

外国企業	NETFLIX 米国/3億人 実写・アニメ	ピッコマ 韓国/1千万人 マンガ
	Crunchyroll (ソニー) 1.7千万人 アニメ	MANGA Plus (集英社) 0.6千万人 マンガ
日本企業	ABEMA Live (サイバーエージェント) アニメ・実写	K MANGA (講談社) マンガ
	GKIDS (東宝) 実写	Premium Bandai (バンダイナムコ) グッズ

【過去のコンテンツ制作支援事例】

「国宝」はJLOX+のプロダクション・ポストプロダクション支援で補助。

【海外流出事例】

「SHOGUN」はカナダで撮影。

カナダでは税控除率があり（今年からさらに引き上げ）。

今後の方向性

- 我が国企業が有するコンテンツ・プラットフォームにおいて、外国ファンの認知の拡大や海外向けコンテンツの供給量を支援し、**日本発コンテンツの海外流通機能を強化**する
- **海外で戦える大規模で高品質なコンテンツの製作支援を事業構造改革と一体として行い**、知的財産(IP)や人材、デジタルに関する無形資産投資を促す。また、コンテンツ分野の**スタートアップが活躍できるエコシステムを構築**するための支援を行う
- 大型映画を撮影するハリウッド等のスタジオによる**ロケ撮影誘致を支援**し、日本の制作会社の技術力を高める
- AIやXR等の新技術を用いた制作ツールといった**開発プラットフォームの構築を支援**する
- **税制の活用**を通じて、世界水準のコンテンツを生み出すための**研究開発や設備投資を促す**
- 複数社が連携した、**国際映画祭・アニメ祭・ゲーム展示会等でのプロモーションを支援**する

等

③体制・構造上の課題（取引・就業環境の改善、映適認定の拡大）

現状と課題

- 撮影クリエイターは、発注業者・メディアとの関係において劣位な立場に置かれることが多い。
- 事前に業務内容や報酬額、支払時期などが十分に明示されないまま不利な条件のもとで業務に従事せざるを得ないという構造的な課題が存在。
- こうした課題への対応を、継続して強力に推進する必要がある。

映適取引ガイドラインの達成状況【撮影時間】【休日日数】

対象：23年4月1日～25年2月28日の期間内にクランクアップした申請作品
本数：計93作品（A区分73作品／B区分7作品／C区分13作品）



映適取引ガイドライン ④作業・撮影時間
「撮影時間は1日11時間以内」

1日あたりの平均撮影時間は

8時間49分（休憩・食事を含む）

映適取引ガイドライン ⑤休日
「週に1日の“撮影休日”」+「2週間に1日の“完全休養日”」

1週間あたりの平均休日取得数は

2.04日

申請区分		全体 (93本)	A区分 (73本)	B区分 (7本)	C区分 (13本)
撮影時間	1日平均	8時間49分	8時間42分	10時間21分	10時間08分
	1週平均	43時間47分	43時間05分	54時間23分	49時間50分
休日	1週平均	2.04日	2.05日	1.75日	2.09日

今後の方向性

- 取引環境において問題となり得る行為を防止するための実態調査や、当事者がとるべき行動に対する指針の周知普及（本年9月末、実演家等と芸能事務所、放送事業者等及びレコード会社との取引の適正化に関する指針を公表）
- 本年1月から開始している映画・アニメの制作現場における実態調査に係る結果公表及び調査結果を踏まえた指針の策定
- **映適（日本映画制作適正化機構）認定の拡大や、国の支援事業における映適認定等への加点または要件化**
- 急速に成長するアニメ産業において、質の高いアニメーションが持続的に制作されるよう、映画業界が作成したガイドラインを参考に、**クリエイター等の就業環境が適切に提供されている作品を認定する枠組み（ア二適（仮称））の創設に向けた取組の推進**

等

④体制・構造上の課題（海賊版対策）

現状と課題

- 日本向け出版物海賊版上位10サイトアクセス数合計が2億アクセス程度と、依然として高水準であり予断を許さない状況にある。
- 現地での普及啓発、国際連携・執行等の強化や、正規版流通促進に官民一体となって一層強力に取り組むこととすべきである。



(出典) 一般社団法人ABJ「出版物違法サイトの状況」<https://www.abj.or.jp/data>
出版物海賊版上位10サイト アクセス数合計の月別変化

今後の方向性

- 海外発海外向けの海賊版被害等に対応するため、現地での普及啓発、国際連携・執行等の強化、権利者による権利行使の支援や、正規版流通促進に官民一体となって取り組む
- 海外事業者が郵送等により国内に持ち込む模倣品が税関による取締りの対象となった2022年改正商標法・関税法等を踏まえた関係府省等の連携による模倣品・海賊版に対する厳正な水際取締りの実施等

今後の取組の方向性

- ❑ 2024年6月に決定された「新たなクールジャパン戦略」に基づき、日本発のコンテンツ海外市場規模を2033年までに20兆円に拡大することを目指す。
- ❑ 諸外国における税制も含めたビジネス環境の現状等について把握し、映像産業等コンテンツ分野の効果的な支援の在り方を検討する。
- ❑ クリエイターが安心して持続的に働くことのできる環境や取引関係の整備等に向けたコンテンツ産業界における取組を推進する。
- ❑ AIやデジタル技術等の新たなテクノロジーの活用支援や、DX人材等の育成強化等を通じて、コンテンツ分野でのイノベーションの創出・活用を支援する。



- 我が国のコンテンツ戦略の強化に向け検討を進める。

-
1. 知財・無形資産への投資促進による価値創造
 2. AI・デジタル時代の知的財産制度の構築
 3. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の促進
 4. クールジャパン戦略の展開
 5. コンテンツ戦略の推進
 6. **本日はご議論いただきたいこと**

<知財計画2026の主要課題について>

- 上記5つの分野（1.知財・無形資産、2.AI・デジタル、3.国際標準、4.クールジャパン、5.コンテンツ）のそれぞれについて、本資料でお示した課題や論点に対するご意見、今後の取組の方向性に関するご意見をいただきたい。

<知財計画2026において追加で議論・検討すべき項目について>

- 上記5つの分野（1.知財・無形資産、2.AI・デジタル、3.国際標準、4.クールジャパン、5.コンテンツ）に加えて、特に、知財計画2026の策定に向けて、議論すべき重要な項目・論点があればご意見をいただきたい。

参考

**人工知能関連技術の研究開発及び活用の
推進に関する法律（AI法）の概要等について**

人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律（AI法）の概要

成立：令和7年5月28日 一部施行：令和7年6月4日 全面施行：令和7年9月1日

法律の必要性

日本のAI開発・活用は遅れている。

多くの国民がAIに対して不安。

イノベーションを促進しつつ、リスクに対応するため、既存の刑法や個別の業法等に加え、新たな法律が必要。

法律の概要

目的	国民生活の向上、国民経済の発展
基本理念	経済社会及び 安全保障上重要 → 研究開発力の保持、 国際競争力 の向上 基礎研究から活用まで総合的・計画的に推進 適正な研究開発・活用 のため 透明性 の確保等 国際協力において主導的役割
AI戦略本部	本部長：内閣総理大臣 構成員：全ての国務大臣 関係行政機関等に対して必要な協力を求める
AI基本計画	研究開発・活用の推進のために 政府が実施すべき施策の基本的な方針等
基本的施策	研究開発 の推進、 施設等の整備・共用 の促進 人材確保、教育振興 国際的な規範策定 への参画 適正性 のための 国際規範に即した指針 の整備 情報収集、権利利益を侵害する事案の分析・対策検討、調査 事業者等への指導・助言・情報提供
責務	国、地方公共団体、研究開発機関、事業者、国民の責務、関係者間の連携強化 事業者は国等の施策に協力しなければならない
附則	見直し規定 （必要な場合は所要の措置）

世界のモデルとなる法制度を構築

国際指針に則り、イノベーション促進とリスク対応を両立。最もAIを開発・活用しやすい国へ。

(参考) A I 法に基づく指針骨子（たたき台） 概要

国際的な規範やその基礎として我が国が先んじて策定した「人間中心のA I 社会原則」を踏まえ、A I の研究開発・活用における**適正性確保の考え方**、**適正性確保のための基本方針**を提示。その上で、**主体別に特に配慮すべき事項**を整理した形で構成。

【指針骨子（たたき台） 全体構成案】

1 適正性確保に関する基本的な考え方

●適正性確保の考え方

人間中心	プライバシー保護	セキュリティ確保	公正競争確保
公平性、安全性	透明性、アカウントビリティ	リテラシー	イノベーション

●適正性確保のための基本方針

リスクベースでのアプローチ	アジャイルな対応
ステークホルダーの積極的な関与	一気通貫でのA I ガバナンスの構築

2 研究開発機関及び活用事業者が特に配慮すべき事項

✓透明性の確保と誠実なアカウントビリティ ✓徹底した安全性確保 ✓持続可能なイノベーションの実現

3 国民が特に配慮すべき事項

✓能動的なリテラシーの習得・応用

4 国及び地方公共団体が特に配慮すべき事項

✓イノベーションの強力な推進 ✓社会全体におけるA I リテラシーの向上 ✓行政としてのアカウントビリティ

(参考) AIリスクへのアジャイルな対応 (イメージ)

- 事業者・国民の自主的かつ能動的な取組を促す AI法第13条に基づく指針 (AI指針) を整備。
- 今後、AI指針やAI事業者ガイドライン等を基にした、AIセーフティ・インスティテュート(AISI)による AIモデルの技術的評価の実施、当該評価も踏まえたAIがもたらすリスクに係る AI法第16条に基づく調査研究、各府省庁ガイドライン等を 有機的に組合せて、アジャイルに対応。

