

第4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3月23日(金) 15:00~17:30

2. 場 所 : SENQ 霞ヶ関 サロン (日土地ビル2F)

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
鎌田 長明	日本青年会議所 2018年度副会頭 (池田祥護委員代理)

(内閣府)

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)

武重 竜男	特許庁総務部総務課 企画調査官
高木 美香	産業技術環境局基準認証政策課 総括補佐

4. 議事

開会 住田知的財産戦略推進事務局長

議事

(1) 全体ディスカッション

○知的財産戦略ビジョンの実現のための全体的な枠組について

(2) グループワーク

○知的資産に関するシステム(個別テーマ)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1-1 : 知的財産戦略ビジョンの策定に向けた論点整理(案)

資料1-2 : 知的財産戦略ビジョンの実現のための全体的な枠組の例

資料2 : 今後のスケジュール

参考1 : 第3回会合の議事要旨

参考2 : 「知的財産戦略ビジョン」の策定に向けた意見募集に寄せられた意見

6. 議事概要

(1) 全体ディスカッション

テーマ「知的財産戦略ビジョンの実現のための全体的な枠組」について、事務局より資料1-1及び1-2について説明を行った後、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)

(全体について)

- 抽象度が高く、まとまり過ぎたかなという感じを受ける。実際の議論には、もう少し生々しく、リアルな言葉があった。
- 書いてあることはそのとおりであるが、5年前でもこの枠組みなのではないか、他の国でも同じように書くのではないか、という点で教科書的枠組みに見えてしまう。
- 第4で、「強み・弱み」ではなく「日本社会・文化の『特徴』』としているのはよい。重要なのは、この特徴をどのようにしたら強み化できるかという戦略を練ることと、この特徴が弱み化してしまう状況を見極め、それを防ぐような方策を立てることである。
- 世界では、例えば子供向けの漫画でもどうやって勝つかということがテーマになるのに対して、日本の漫画は、勝たなくていいよ、時には負けるような人を応援する物語を作る。このようなことができるのが日本の特徴である。このような哲学をうまく文化論の中に入れると、他者を打ち負かして勝つのではなく、「共生」の視点が重要になる。
- 20世紀は国全体が平均的な話をしてしたが、今はもう平均的なことができなくなる程にインフラが局在化しているのが日本の特徴である。東京は世界でも人口密度が高い都市であり、人口も増え続けているが、他は人口密度が減っており、一つの国家の中で同じ制度が維持できない未来を後20年位で迎えようとしている。例えば、地方において中央電線を使った配電コストや整備コストの方が電力供給メリットより高い状態になっていると、そちらは自律分散型にしないといけませんが、都市は大口顧客の既存価値のままでもよいだろうというようなことになってくる。
- 個別最適を許容する全体最適性の話が必要ではないか。

(高齢化社会)

- 20年後、30年後を考えると、日本は非常に高齢者が多い国になるが、今のビジョンの議論にマジョリティーである高齢者の観点が抜けている。そこを考えると、日本と他の国との違いが出てくるのではないか。
- 日本社会は、老人が引退することを期待していないし、いつまでも何かを生み出して、老人が90歳までぴんぴんして働く社会を目指すのではないか。

(クールジャパン)

- クールジャパンは、アニメもわびさびも、何から何まで含めたため、わかりにくくなったのではないか。
- クールジャパンは、もともと「外国の人が見て日本のここがクール」というものだった。つまり、外国から見た我が国のブランディングをどう考えるかということであり、できるだけ日本のいろいろな要素を含め、うまく使って、価値にしていくというのが国の富を増やす大原則である。
- そのため、日本の外から見て、何が、どういう立場の人から、なぜ良いと思われているのかをわかった上で、それをマーケティングしていくことが大事である。

- 日本の中でもやはり世代間格差があり、年配の方と若い人たちとで、良いと思っているジャパンは違う。
- 「YOUは何しに日本へ？」(テレビ東京)という番組は、外国人がSNSを見ながら、日本に来て日本の良いところを指摘するものだが、それを見ている日本人が日本を再発見するという副次効果が生じている。日本人による日本の再発見はクールジャパンとは別だが、似たカテゴリーと言える。このような構想を生むところも戦略ではないか。
- 日本文化の面白さはゆかしさにある。目黒の大鳥神社は1300年の歴史があり、そこに江戸時代、明治時代、さらに昭和以降の歴史が積み重ねてあるという、掘っても掘っても掘っても「ある」というような深さが、日本のおもしろさである。この深さにより、日本の魅力やミステリアスが失われず、クールジャパンは本物になる。

(「価値創造立国」となるために必要なシステムの3つの要素[※]について)

- 要素の部分は、先進国の知識創造社会を目指している国であれば万国共通のものになってしまい、無理してグローバルスタンダードから外れて日本らしさを追求しようとする乱暴なものになりがちではないか。
- そのため、1) 要素はジェネリックなものとし、具体システムで日本らしさを追求するか、2) やはり要素のステートメントも大事なので、ここに日本らしさをもっと浮き彫りにするか、のいずれがよいかを考えるべき。
- 要素はおおよそ万国共通のようなものだが、少しずつ言葉を足しながら、少しだけ日本らしさを出して、具体システムの段階で日本らしさをじっくり議論するのがよいのではないか。
- 要素に付け加えて、特に大事な目標を書くことによって、日本らしいステートメントにするというやり方もある。例えば、何かで圧倒的一番になるというようなものである。
- 要素1は「生み出す」部分だが、生まれるだけでなく、我が国に多くの新しいアイデアが集まってきて、創発が起きやすいという「求心力」もほしい。
- 要素2は「育てる」部分だが、交流・共有というだけではなく(これは目的ではない)、その結果、それらが発展して、大きいものに育っていくという部分が大事(本来の目的)である。
- 要素の2番目の「付加価値の共有・分配」に関連し、これまでの議論に出ていたキーワードとして「公と私」「共と個」がある。今後は「私」や「個」が中心にシェアリングされていく流れがあり、リアルに対応した分配システムの提案が必要。
- 要素3は「使う」部分だが、ここは我々の武器になるものなので、その武器感または戦力が上がっている感があるフレーバーの言葉があるといいのではないか。
- 要素の3番目の「多様性・選択肢を確保し」に関連し、これまでの議論に出ていたキーワードとして「脱平均」がある。管理システムが一律のため平均値を取って中心でやらなければいけなかったのが、今後はAIを用いてより複雑にやることができ、脱平均値

[※] 資料1-1の第5冒頭部分、資料1-2の左下黄色部分。なお、「価値創造立国」は議論のための仮置きである。

「我が国に「ヒト、モノ、カネ」に加えて「知」が集積し、将来にわたる「価値創造立国」となるために必要なシステムの要素:

1. 知的資産の創出や利活用による価値創出のデザインができる人材・組織を育成し、それらの人材・組織がつながってイノベーションが起きやすくなるシステム
2. 知的資産の利活用による価値創出の活性化・最大化を図るため、所有から利用へ、交換から共有へという変化を踏まえ、その付加価値の共有・分配も含めたデザインにより、知的資産の柔軟な交流・共有を促すシステム
3. 多様性・選択肢を確保し、世界に共有される価値や感性を持続的に生産・発信・展開するシステム

になり、多様性・選択肢というところにつながる。

(立国論、大国と立国、ユニバーサルとユニークネス、主役と脇役)

- 「立国」と「大国」を区別して議論すべき。日本は知財大国だが、知財を使った立国ができていないので知財立国ではないという議論である。つまり、稼げなければ立国とは言えず、単に大国になってしまうので、立国というなら稼ぐシステムが必要である。
- 立国論では2つの「U」がある。世界共通の科学技術という「ユニバーサル」と、各国ごとの文化という「ユニークネス」である。そのコンビネーションの議論に加え、日本の特徴の議論が重なると、よくなる。
- 日本の立国論では、日本はまた主役に返り咲きたいのか、または、いぶし銀の脇役で、脇役だけど実はちゃんとお金を取れているバイプレーヤーになるのか、という議論が重要である。

(2) グループワーク

テーマ「知的資産に関するシステム（個別テーマ）」について、事務局より机上資料（知的資産に関するシステムの例）を説明し、その後グループディスカッション形式により意見交換を行った。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）

(要素1を実現する知的資産に関するシステムについて)

- 場の求心力というのが重大で、山のようにアイデアや人が集まってくるための工夫が必要である。そのためには、面白くなければならないし、そこに行くと変なことと出会えるかもしれないというユニークネスも大事であろう。
- 場において結局、奇抜なアイデアが生まれるということは、一見すると実現困難な目標を立てることに重大性があるのではないか。日本が得意なのは、新幹線のように普通を超越したシナリオを玄人的に実行するというので、そのシナリオを立てるという最初の行動が重大である。
- ザハ・ハディッドの建築を形にするように、夢を何らかの形で、技術とデザインでパッケージングしていくうえで重大なのは、通常の評価水準で考えては良いものはできないし、面白いものにはならないので、通常理解の範疇を超えた評価価値を立て、今の基準で測れないものを測れるようにすることではないか。
- セキュアなもの、一定条件の範囲で（極論すると、人がそこで死ななければ）何をやってもよいという「手入れがきいたインモラル」というような状態が作れないか。
- 技術によってイノベーションが起きる時代としては、やはり教育を根底から変えなければならぬ。数理リテラシーやアートの素養を育成する必要がある。

(要素2を実現する知的資産に関するシステムについて)

- どのようにしたら人間が価値を創出する機能を最大化できるか。そして、生み出した価値をどのようにしたら共有・分配できるかという2つの視点がある。
- 人が生み出す価値創出の可能性を最大限高めるためには「やってなんぼ経済」が重要であり、やった数がKPIである。つまり、今までは打率の高い人が評価されていたが、今後は打った回数の総計が価値創出になっていくだろう。
- そのため、いろいろなことをもっとテンポラリー（暫定的）で、修正可能だったり、変更可能だったりするように設計しなければいけない。その一つの仕組みの例は、人間が

何かをやる機能を分単位に分けて、その価値創造行為にコミットしていくようなシステムである。

- その結果、Uber の評価やメルカリの評価のように、いろいろなところでテンポラリーに実行した人間の価値創造に対する評価という形で蓄積され、評価ドリブンの社会になっていくであろう。
- プライバシーについて、オープンにするか、クローズドにするかということだけではなくて、メンバーシップの中だけで共有というようにプライバシー設定が階層化していくことによって、最終的には安心して使えるという効果になっていくのではないか。
- コンテンツのプラットフォームは、コンテンツ全般ではなく、まず強いところからプラットフォーム化やブロックチェーン化を始めて、新しい文化的なコンテンツのシステムを世界にいち早く作っていくことが重要ではないか。
- そのためには、単純にプラットフォームだけではなくて、世界から人が集まる二次創作のトップ的な形で、幾つかの法律も免除して新しいコモンズを作っていくのが重要ではないか。
- SDGs のプラットフォームは、ニーズとシーズをつなげるためには、プロジェクトマネージャーの仲介・活躍が重要ではないか。
- 今後は人を動かす動機の一つは評価であり、その評価はお金だけではなく、さまざまな評価になってくるので、GDP に代わる SDGs 貢献指標のようなものが生まれてきたら、SDGs のプラットフォームが動くのではないか。
- プラットフォームについては、データベースというよりもむしろ「場」が重要であり、しかも、1 個というよりもたくさんあって、それらが競争しながら連携していくのが本来の姿ではないか。例えば、米国のうまく回っている大学のシステムでは、研究室同士が本当に競争し合っているが、一方で他の研究室の研究員に発表前の研究を教えてもらうということもやって、新しいことを生み出している。
- 可視化も大事だが、もっと大事なのは見えない隠れる空間（「スカンク空間」や「ニッチ空間」）をたくさん作った方がよいのではないか。そこでは、信頼できる人から免罪符をもらって活動したり、リソースを提供する人がいたりして、ハッカブル（未完成の、修正可能な、どんどん改善する、変化・進化しつづける）な何かができる。
- 材料になるものの一つはデータであるが、膨大なデータを全て吸い上げて利活用する仕組みはかなり大変であるので、それを追跡可能にして、低コストで流通できるようにするのが大事である。
- 次々にアイデアを生み出すことが重要だが、そのほとんどはごみになるので、その中から取捨選択する仕組みと、失敗したごみを全部ためていつでも使えるようにしておく「肥だめ」が大事である。肥だめの中から次のアイデアが出てくる。
- 価値の創出や価値の共有・分配は、兼業ができること、個人事業者を非課税化すること、排他的な所有権ではなく共有やコモンズの考え方などにより加速するのではないか。

（要素 3 を実現する知的資産に関するシステムについて）

- 国全体や国が持っている様々なコンテンツまたは知を、脱平均化していく方向に振っていくべきではないか。そのためには、世界中からいろいろな尖った人をどんどん受け入れていかないといけない。
- 受け入れるための仕掛けとして、共同体をこれから再構成するとき、ある特定の目的を持ったビレッジを日本中にたくさん作り、そこに世界中からそれをやりたい人を集め

て、そこでの税金の一部はその特定の目的のために使われるというような、脱平均の方向に一個一個のコミュニティが特化していくようなものが良い。

- 世界との対話をする人のネットワークを作らないといけない。アンバサダーのネットワークは伝える側であるが、その伝える人たちに逆に世界の声を聞いて日本の中の面白いものを発掘する役割も担ってもらい、アンバサダー兼プロデューサーという人のネットワークを作ることが大事である。
- SDGs に紐づいた新しい経済と社会の評価指標を作る必要があり、1つのやり方として、例えば世界へ発信または消費された知に対して、その実績を積み上げて「貢献 GDP」にするというような、新しいコンセプトを作る必要があるのではないか。

(意味づけ。再発見・再利用・再活用)

- 価値を作るというのは、価値がそこにあるのではなく、私がそこに価値があると意味づけているということである。よって、全てのを再度意味付けする、再発見する、再活用する、ということが知の創発として重要であり、もう一回光を当てるべきではないか。
- 例えば、お米と蚕の種は、今、農水省に山のように蓄積されている。お米の何千種類は農研機構の中にあるし、蚕は小淵沢の生物化学研究所に全部ある。それをただ保管するだけではなく、再発見し、再利用し、再活用したら、有益な資産になるだろう。
- 博物館は昔のものを保管しているだけではなく、博物学としてバイオミメティクスの宝庫となっている。既にあるものを私たちは最大限活用しているのだろうかという部分もあるので、新たに何かを作るというのはもちろん重要であるが、今あるものを徹底的に使い倒すという話ももっと検討すべきではないか。
- 技術の「目利き」という議論があるが、一方で事業の「見巧者」という議論もある。これは古典芸能の世界の言葉で、見るのが巧みな人の意味であるが、見るのが巧みな人というのは、意味付けができる、価値を理解できる人である。

(アクティブフルムーン構想)

- 高齢者が働くことについて「アクティブフルムーン構想」というフレームワークがある。従来の仕事や社会的価値と考えていたところは三日月として見える部分のような人間の行為の一部でしかなく、人間はもっといろいろな行為をしている。今後は人間の能力全部を価値としてマッチングしていく時代になるため、日本は人間そのまま全部の瞬間を価値と捉える世界初の国を目指すべきではないか。それを実現するためには、分単位で季節に応じて地域の手伝いをする等、いろいろな形で、何回もテンポラリーで、兼業であったり個人事業主であったり、本業とは別のいろいろな能力を全部価値に捉えていくのが重要である。

((良い意味で) 狂ったこと・突き抜けたこと、イノベーション)

- クールジャパンの源流の一つだと思われるが、「WTF japan」というサイトが随分前からある。ウィアード(不思議な・奇妙な) ジャパンや、本当にジャパニーズはクレイジーだよねというのを面白いがる人たちが訪問するサイトで、とんでもない動画が次から次へと投稿され、玉石混淆だが、たしかにこれは面白いというものも混じっている。
- 実は日本は、文化面では「狂ったこと」をずっとやってきた国であるが、それ以外の分野では余りできていないのではないか。そうだとしたら、なぜ文化ではできているのに、

それ以外ではできていないのか。

- 産業的に言えば、一時期は、ホンダやソニーなどによる「狂ったこと」(世界を変えるイノベーション)があったが、今はそれができなくなってきた。また、日本に革命はないと言われるが、織田信長による革命はあった。ただ、それが時々しか出てこない、ということではないか。
- 日本はやはり「ノーム」(社会の標準的な状態、行動様式の規範)から外れた「狂ったこと」をやっている人は排除されるからなかなかイノベーションが出にくい、という話があるが、文化の領域ではそのようなことがなかったのではないか。
- 文化の領域では、それを職業としている人が少なく、素人だから気にすることが少なく、それで生活が成り立ったり成り立たなかったりするわけではないからではないか。
- アートの分野はスポンサーがつくからではないか。欧州ではそうだったし、日本でも庇護する人たちがいて、アートというのはそういう状況が生まれやすかったが、産業はやはりある程度の大きな資本が要るので、必ずしもそうではない。
- 文化は知識では批判できないが、産業活動は知識で批判できたりしてしまうからではないか。知識のある人がどんどん足を引っ張ろうとするから、尖った人がどんどん削いでいかれてしまう、というのが経済と文化の違いではないか。
- 文化は個人の活動だったが、経済はどんどん組織化、しかも大会社化していつてしまつて、そこで平均化されてつまらなくなつたということではないか。だから、今、もう一度組織を壊す方向へ行けば、産業のところでも何か面白いものが出てくるかもしれない。

(尖ったものとマス)

- ユーチューバーはマスメディアに出たくないからユーチューバーをやっているが、いつの間にかマスメディアに吸収されるコンテンツがあるというのは、ある意味で敵対的生成であると言える。
- 原宿などの面白いところは、マスにしたくないものやっていた人がマスになっていく構造を繰り返すことである。一方、そのような工程はデザイン可能かと言えば、デザインは不能だということもまた面白い。つまり、尖ったものは出てくるが、尖ったものが丸くなって、柔らかくなって、やがて消費されて無くなるということを経験する必要があり、アーリーアダプトしている期間だけが最も価値があつて、それ以降は価値が下がっていく。
- そのため、突き詰めれば突き詰めるだけ無限に価値が出てくるものなのか、それとも、コモディティになって価格が下がってしまうものなのかというところは、なかなか目利きが難しい。特に大量生産品は前者が成立しにくい、生産数を絞れば成立するものもあるので、そのバランスが重要である。

(ガラパゴス)

- ガラパゴス化はだめだというのは、ガラパゴス化してしまうと産業が成り立たず生活ができなくなるからであつて、そのためグローバル化が必要ということになっている。一方、日本のガラパゴス化した携帯電話は非常に尖がっていた。
- ガラパゴス化はだめだというのは、日本市場の勢いが足りなくなつて、国内でガラパゴスができなくなったからではないか。本当は、ニッチ論の延長として、ガラパゴスは良いものであり、ミニガラパゴスをたくさん作れば、そこから新しいものが生まれてくるだろう。

- シリコンバレーしかり、深センしかり、昔の日本しかり、ガラパゴスを生んだ国は強い。
- ガラパゴスにはいくつかのフェーズがあり、その聖域内で豊かだった昔のフェーズ、聖域外とつながってしまい、ガラパゴスだけではいられなくなった今のフェーズがあるが、今後は、さらにネットワーク化されたときに、普通ではないものが育っていく強靱さというのが次世代ガラパゴスになるのではないか。
- ガラパゴスが淘汰されないためには、一つ一つは小さなマーケットで、不思議なニッチがたくさんあるということが重要ではないか。
- ガラパゴスは、最初のところで儲けてすぐ次のガラパゴスへ行くというスピードあるガラパゴスにすれば儲かり続ける。hit and away で、後は投資ビジネスのような状態がよい。
- 日本は一億総クリエイターにいちばん近い国の一つであり、そんなに心配しなくてもガラパゴスの量産はできるし、その量産のロングテールのクオリティがなぜか高いという特徴が、クールジャパンの一番の強みではないか。

(試作量産、品質保証)

- 日本で産業的な力があるのは「試作量産」ではないか、つまり、生まれたものをチューニングしたり、リファインしたりする力がすごくある。米国がアイデアを生み、日本が洗練させて、中国が大量生産する、という場合に、日本のバイプレーヤー的役割は価値があるだろう。
- 試作も中国に負けたのではないか。例えば、深センに行くと、メーカーズ・フォー・メーカーズが山ほどいて、高度な技術と衝撃の値段や短納期で試作を作っている。
- 5～6年前の日本は世界一レベルだったので、もう一回復興するというのはある。その際、ものづくりだけではなく、アートなども含めて全てのクリエイションで復興すれば日本らしくなる。
- 日本らしさがよく現れているのは「品質保証」ではないか。例えば建設や車など多くのものが品質保証されている。新しいアイデアを出そうとしても、品質保証のため出すのに10年かかるとその間にアイデアは新しくなくなるので、新しいものを出せない。これは二律背反で、品質保証するということは、新しいものは出さないということである。
- 新しいものを出さず品質保証を重視することで良いのではないか。奇抜な形をした電気自動車で安全なものを走らせる国は、ザハ・ハディッドの建築を建てることのできる国と全く同じロジックで成り立つ。

(日本の目指す姿を表すキーワード)

- 「ヒト、モノ、カネ」に加えて「知」を集積する点について、「作って」、「持って・蓄積して」、「持ち込む」という「知」の三原則が言えるのではないか。
- 国というレベルで考えれば、「創造」より「創発」の方が良い。一研究者や一企業であれば創造でよいが、国という巨大な系なので、複雑に相互作用してどんどん生まれてくること、すなわち「創発」が本来目指す姿なのではないか。
- キーワードとして次のようなものがあるのではないか。「創発立国」、「多様ニッチ創発立国」、「熟成立国」、「やってみなはれ」、「ガラパゴス」、「試作量産」、「品質保証」。

以上