

**安田氏**：内閣官房知財事務局の安田と申します。どうぞよろしくお願いたします。内閣官房知財事務局というところは、政府全体の知的財産に関する総合調整をする、というミッションをもっているところでございます。今日は限られた時間ではございますけれども、政府全体としてどのような組織体で、どのような問題意識で、何をしているか、ということを紹介できればと思っております。今回は特に推進事業の 2012 ということでございますけれども、知財本部が 2003 年にできまして以来、これでちょうど 10 回目の推進計画ということになります。

まず、どのような人が、ということでございます。本部は内閣総理大臣をヘッドとして、全閣僚、そして有識者から構成される会議体でございます。その下に、企画委員会以下いくつかの会議体がございますけれども、青い左から 2 つ目のところでは、産業財産権に関する計画をつくるということで、知的財産による競争力強化・国際標準化専門調査会という会議体がございます。また、すぐ左に、著作権とかコンテンツに関する振興を強化する議論を行うコンテンツ強化専門調査会というものがございます。さらに、知的財産推進計画 2012 をつくる時限定でございましたけれども、国際競争力強化・国際標準化専門調査会の下にぶら下がっているところでございますが、知的人材育成プラン検討ワーキンググループということで、特に知財マネジメントをする人材を育成する、という観点から集中的に議論をいただいた、という会議体もございます。

そして、企画委員会にぶら下がっているところでございますけれども、近年、特にここ 3 年でございますが、2010 年から国際標準化というアイテムを特に重視して、知財といいますと、今までは特許権や意匠、デザイン、不正競争防止法とか、ノウハウといったものでございましたけれども、いくらいい技術があっても標準で違う標準をとられてしまったら、それはつかわれぬということになりますと、なかなか事業展開として国際展開できないといったこともございます。そこで、国際標準化についても非常に重要だ、ということで、2010 年から集中的にいくつか有望な分野を定めて議論を進めてきている、ということでございます。そして、一番右のピンクのところでございますけれども、クールジャパンですね。日本はいろいろないい文化があります。アニメや食とか文化的ないいものがあるって、海外からも非常に人気があります。けれども、それが利益に結びついていない、というような現状がありまして、それをどのように発信して、広めて、国の利益に結びつけていくか、という議論をしております。先程申し上げましたけれども、本部について全閣僚プラス有識者と申し上げましたけれども、有識者はこのメンバーでございます。明治大学の中山先生にもご参画いただいているところでございます。

知的財産推進計画 2012 をつくるに当たって、どのような問題意識があったか、ということを紹介させていただきたいと思っております。日本は昔から非常にいい技術があって、特許もたくさんあって、いつも新製品を世に送り出してきたというようなことをやってきておりました。それで非常に競争力があつた時代があつたのですが、最近はそのような状況です。最近は大手の電機企業が大幅な赤字を出したように、なぜか技術があつて、特許があ

っても事業で負けてしまう、というような状況でございます。これをみてみますと、「世の中、変わってしまった」ということでございます。技術が「オープン」になってしまったし、「グローバル」展開されています。そして、誰でもできるようになって、主にデジタル技術を中心として「フラット」な構造になってしまっています。また、日本企業ですと、主に特許権を中心に取得して、知財の体制を整えてきたということがございますけれども、昨今サムソン、アップルの訴訟にみられますように、いろいろな知財権をつかって訴訟が行われているということでございます。ちなみにアップルは特許だけではなくて、意匠・商標、同じような数をつかって戦争をしております。一方、サムソンはほとんど特許を足がかりに知財戦争をしている、ということでございます。そのようなことを背景としまして、たくさん特許をとるだけではなくて、いい技術があって、それをどううまく事業に結びつけていくか、という視点で議論を重ねたということでございます。そうしますと、何が大事か、ということでございますが、技術や特許は必要なのですが、それを踏まえて知財マネジメントをうまくやっていないと、なかなか収益に結びつかない、ということでございます。下にありますけれども、例えばインテルだと CPU とそのマザーボードを自分でつくっています。そこは徹底的にブラックボックス化して、マザーボードのインターフェースは標準化して、誰でもそこからつなげて製品がつかれるようにしています。そして、残りの部分、ディスプレイやキーボード、メモリ等を韓国や台湾や中国に競わせて安くつくる。安くつくと、そのパソコンも安いので世界中に売れていくことになりません。売れば自動的にインテルの CPU も売れる、ということでございます。そのようなことを考えて事業をしていかなければいけない、ということでございます。ここにありますけれども、他人に競わせる部分。利益の出ないところは人に競わせてコストダウンにつなげ、利益が出るところについては徹底的にクローズ、ノウハウあるいは特許権で独占する、というようなことで自社の強みとして利益を生み出す。そのような部分を峻別して事業をしていくというような知財マネジメントが必要であったのではないかと思います。これだけが理由ではないのかもしれませんが、このような事業を行う際の視点が今後ますます必要になるのではないかと、というような問題意識でございます。

日本発のいろいろな技術、これは東大の小川先生の資料でございますけれども、これらが、どうなったかということでございます。液晶パネルしかり、DVD プレイヤーしかり、カーナビしかり。最初のころは日本がこれを開発して、売り出して、シェアをとっていたわけですが、10 年もいかないですよ。あっという間にシェアを失ってしまった、ということでございます。なぜかといいますと、知財マネジメントが重要となっております。どこでもうけて、どこで競わせるか、といった視点が若干抜けていたのではないかと、ということでございます。シェアが落ちてしまったところについていいますと、標準化などをとってみんなにつかわせる、というような経営方針をとると、一斉に後進国がバツと入ってきて、価格が崩れます。すると、日本企業は戦っていけない、ということになってしまいます。一方、デジカメがありますけれども、ここは外部インターフェースだけを標

進化して、画像処理エンジンやその他のところはブラックボックス化した、というようなことで、そのようなところについては、若干シェアが落ちつつも比較的高いシェアを維持できる、というようなことをごさいます。これもすべてが知財マネジメントによるところではないのかもしれませんが、かなりの重要なところを占めているという認識でございます。

一方、事業環境の変化、そして、後進国、新興国、特に中国をみますと、昔は出願が少なかったということをごさいました。先程も紹介がありましたけれども、2011 年で特許だけで 52 万件の出願があります。デザインや意匠を併せると 160 万件の出願がなされました。2012 年でいいますと 200 万件を超える、ということがいわれています。このような中国の急速な台頭もあります。一方、右側をみますと裁判の件数ですが、日本は小さくてみえないのですが、青いところですが、オーダーが違います。アメリカが緑です。アメリカが 4 千件です。中国は 7 千件を超えています。そのような勢いでございまして、日本の企業が中国に出ていってビジネスをしようとする、訴訟に巻き込まれるリスクも高まっている、という問題意識でございます。

時間もございませぬので、知的財産推進計画 2012 の中身について簡単に紹介いたします。戦略 1 と 2 がございます。戦略 1 が、先程申し上げました競争力の専門調査会で議論している内容でございまして、産業財産権関係に関する中身でございます。世の中、グローバル化してきているということで、時代に対応した知財システムを追求する、ということで、制度調和でありますとか、いろいろな国際的な取組、これは意匠・商標まで含めた取組を促す、ということをごさいます。さらに、人材育成です。先程お話ししましたけれども、人材育成というのは昔もやっておりますけれども、昔は端的にいいますと知財の方々のための人材育成だった、ということです。しかし、マネジメントができる方のための知財に関する人材育成というような視点で人材育成をしっかりしよう、という取組でございます。また、国際標準化、これも重要なツールだということをごさいます。そして、中小・ベンチャーに対する支援ということをごさいます。これらのパッケージで工業所有権関係の戦略をまとめたということをごさいます。例えば国際標準化のところについてみますと、7 つの成長が見込まれる有望分野ということで、先端医療や水等について国際標準化を推進しています。ここについては議論を非公開でやっているということをごさいまして、詳細は皆さんにおみせすることができないということがありますが、国際標準化をうまくつけてシェアをとっていく、ということをごさいます。

ただ、なかなか国際標準化も難しいところがございまして、左にあります急速充電器ですが、「CHAdemo」といわれておりますけれども、このようなところを日本が国際標準化をとりこいとすると、何が起こるかといいますと、ヨーロッパ勢、そしてアメリカ勢が独自企画を出してきて、「これを標準化してくれ」ということになっています。そうしている間に、中国も独自企画を出してきています。そのような状況でなかなか難しいところがあるのでございますけれども、日本などは実証実験を積極的にしていった海外にアピールして

いるという状況でございます。

特許庁関係の施策でございます。制度調和や特許審査ハイウェイというものがござい  
ます。いくつかの国に出願している案件がありますと、どこかで特許になったということ  
ありましたら、その特許になったという情報を元に、ほかの国に同じ権利について出願に  
ついて早く審査を受けられるという制度、このような枠組みをどんどん拡大していく。こ  
れを新興国にも拡大していく、ということでございます。

先程も言いましたが、中国の問題です。中国の分が非常に増えてきているということ  
でございますので、そのリスクが高いわけです。リスクもそうですし、特許審査もこの文  
献を無視して安定的な権利を設定することはできない、ということから、中国、韓国の文  
献につきましては、日本語で検索できるようなシステムを構築していこう、という取組  
をしています。

中小企業支援でございますが、中小の方は知財に関する知識がなかなかないというこ  
とで、どこに何を相談しに行っているかわからない、というようなことがございましたので、  
それをワンストップでやる、ということでございます。「知財総合支援窓口」というもの  
を 47 都道府県に設置して相談に乗っておるということでございます。2011 年度で約 10 万件  
ということでございます。

戦略 2 は、主に著作権コンテンツ関係でございます。これも、世の中、大きく変わっ  
ています。デジタル情報、ネットワーク情報は急激に拡大してきて、社会的な基盤のよ  
うなものをしっかり整備していく必要がある、ということと、先程申し上げましたが、ク  
ールジャパン、日本にもっているいいもの、いい文化的なもの、これをしっかり海外に  
売っていこう、というような取組でございます。

最後でございますけれども、人材育成プランです。特に 2012 限定でやった人材育成  
プランでございますが、今までは、左の青にありますように、技術起点型のサイクルだ、  
という考え方をとっておりました。創造して、それを保護して、それを活用していく、  
というサイクルでどんどん回す、という視点でございました。しかし、それだけではな  
かなかうまくいかない、ということで、むしろ事業戦略、事業起点型に変えていく、  
ということでございます。ある事業をするのであれば、どこを自分の利益を出すところ  
として、どこを競わせるとするか。そこを峻別する。峻別した後に、どこの権利をと  
っていくか。なければ買ってくるのか、調達するのか。そのような視点を両方、車の  
両輪のように使い分けながら事業を展開していくことが必要です。そのような趣旨  
で主要施策といたしまして、知財マネジメントの戦略研究所のようなものをつくり、  
ここで国内外のすぐれた事例を分析、研究して、それを「ビジネス戦略知財アカデ  
ミー（仮称）」というようなところに教材として展開して、知財マネジメントがし  
っかりできるような人間をつくっていく、というような取組をしていくことになり  
ます。

以上でございます。どうもありがとうございました（拍手）。