

「知的財産戦略ビジョン」 「知的財産推進計画2018」の概要について

内閣府知的財産戦略推進事務局

1. 「知的財産戦略ビジョン」「知的財産推進計画2018」策定の経緯

我が国の知的財産戦略は、2002年の知的財産基本法の成立以降、同法に基づき、我が国産業の競争力強化及び国民生活の向上のため、内閣総理大臣を本部長とする知的財産戦略本部（以下、知財本部）において知的財産推進計画を毎年作成し、その実施を推進することにより進められてきた。

この枠組みの下、我が国では「知財立国」の推進に向けて、特許審査体制の強化や知財高裁設立をはじめとする紛争処理機能の強化、国際標準化戦略の強化などに取組み、また、2012年にはクールジャパン戦略担当大臣の設置、2013年には「知的財産政策ビジョン」策定と、着実に知財戦略を強化してきた。

しかしながら近年、供給主導から需要主導へのイノベーションの変質、シェアや共感を重視する価値観の広がり、SDGsへの関心の高まりなど、社会における様々な本質的な変化が顕著になっている。その中で、グーグルやアマゾンなどの米国企業に加え、バイドゥやアリババなどの中国企業が世界をリードし、データを巡っては米国と中国が争う中で、欧州は制度で対抗する姿勢を見せている。

知的財産がますます重要になる知識集約型社会において、我が国のビジョンを広く共有し、その実現のために必要なシステムを設計すべく、昨年12月に知財本部の下に「知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会（以下、ビジョン専門調査会）」を設置し、12名の委員を総理任命して、2030年頃までを見据えた新たな「知的財産戦略ビジョン」（以下、知財戦略ビジョン）を検討した。

また、知財本部では「知的財産推進計画2018（以下、「推進計画2018」）」の策定に向けて、昨年11月から同本部の検証・評価・企画委員会の枠組みの下、「産業財産権分野に関する会合」「コンテンツ分野に関する会合」「知財のビジネス価値評価検討タスクフォース」において議論を行った。各検討体において取りまとめた成果を基に更なる検討を進め、本年5月に素案を取りまとめた。

知財戦略ビジョンは、中長期の社会と知的資産に関する展望及び将来の知的財産システムの方角性を示すものであり、知的財産推進計画は、このビジョンに示された方向性を政府一体として実現するため、当該年度に実施する施策と短中期の工程表を取りまとめるものと位置づけられる。

「知財戦略ビジョン」及び「推進計画2018」は、本年6月12日に知財戦略本部において決定された。以下において、「知財戦略ビジョン」及び「推進計画2018」の概要について紹介したい。

2. 「知的財産戦略ビジョン」の基本的な考え方

ビジョン専門調査会では、通常の役所の審議会とは異なり、傍聴者を含めた出席者全員にチャタムハウスルール（会議外で、発言者を特定した引用を行わない）を適用した率直な意見を戦わせやすい環境の中で、グループ討議を中心に活発な議論を行った。

2030年頃までを見据えたビジョンの策定のため、まず、将来につながる現在の環境変化や予兆を踏まえた上で、将来の社会像を検討した。デジタル化の進展の中で、逆に実体験など「リアル」の価値が向上する、生き方・働き方が多様になり、会社など組織への所属も柔軟になる、幸せが多様化し、新しい価値観が広がる、といった点が指摘された。

その将来の社会における「価値」とそれを生む仕組みを整理した上で、それを実現する具体的なシステムの検討にあたっては、世界のどこでも真似できるものでは意味がないので、そこに生かすべき日本の特徴を抽出した。「三方よし」や「自然との共生」に見られるようなバランス感覚、様々な先端技術を社会が受容しやすいこと、新たなものを受け容れて編集する能力などが指摘され、逆に今後見直しが必要な特徴として均質性が挙げられた。

それらの議論を踏まえ、我が国は「価値デザイン社会」を目指すとの方向性がまとめられた。「価値デザイン社会」とは、多様な個性がその能力を発揮しながら、様々な新しい価値をデザインし、発信して、それが幅広い共感を得て世界のトレンドになっていくような力を持つ社会の姿である。

その実現のためには、まず第1に個人や企業という主体が、他の人と違う知的資産を生むために、平均を脱し、チャレンジする必要がある。そのため、人材育成、独自の価値創造プロセスを意識した経営改革、ベンチャーへの後押しなどが必要とされた。

第2に、個々の主体に分散された能力を、他の人と組合せ、融合させて、新しい価値を生んでいくことが必要である。そのための方策として、多様な組織・人が集まる場の形成、SDGsなどの社会的価値を実現するプラットフォーム、ブロックチェーン技術なども活用した次世代のコンテンツ創造・活用システムの構築を例示している。

第3に新しい価値が世界に共感され、その発展に貢献するという、国全体のブランド化が必要

【参考：新たな知的財産戦略ビジョン策定の背景】

