

Society5.0に向けた 知的財産戦略

～プロパテント戦略からプロイノベーション戦略へ～

2017年11月16日

内閣府知的財産戦略推進事務局

1. データ・人工知能利活用のための知財システム(知財推進計画2017)

- ビッグデータ利活用による新サービス創出、産業競争力強化が期待される一方で、データ流通基盤の未確立や、不正利用への懸念・不安などが存在(現行制度上は、営業秘密としての保護のみ)。民間の取組の支援に加え、一定の条件で広く「価値あるデータ」の利活用が進むことを支援するような法的な枠組みが必要。
- 幅広い産業応用が期待されるAI(特に深層学習)の利活用の過程の要素(「学習用データ」、「学習済みモデル」、「AI生成物」等)について、保護と利用のバランスのとれた考え方の整理と仕組みが必要。

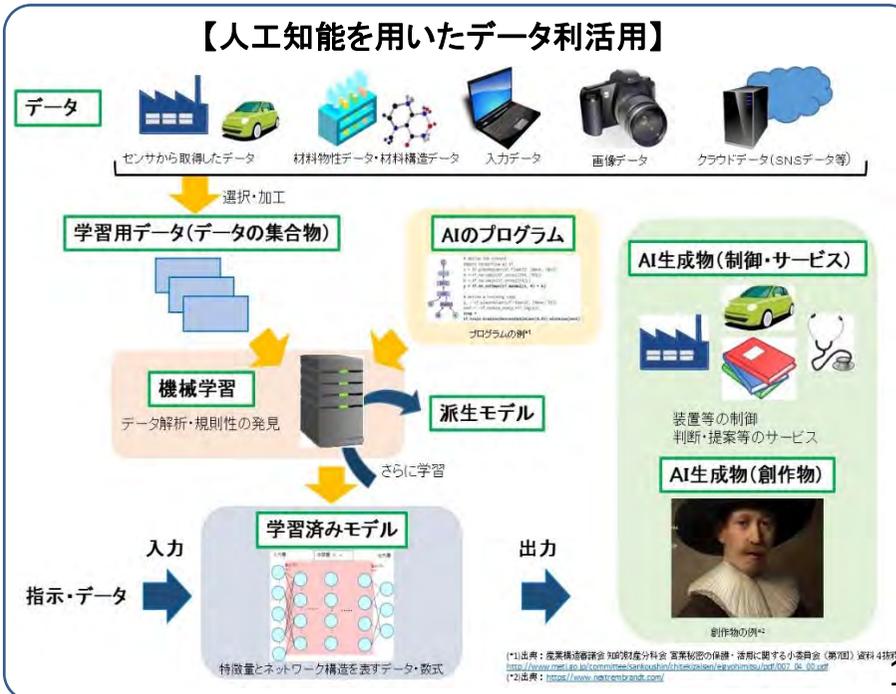
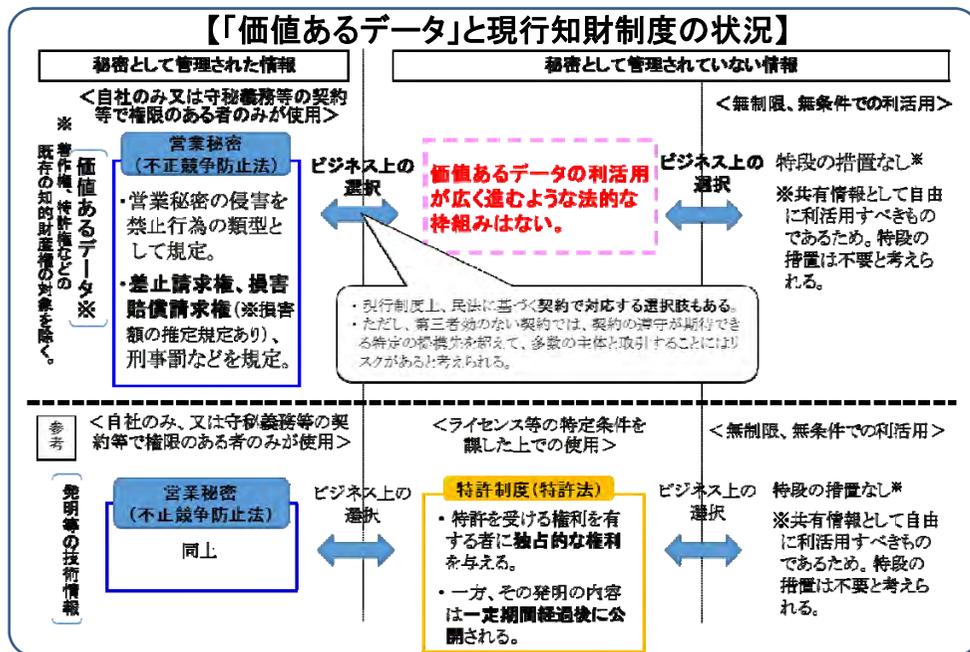
内閣府「人工知能と人間社会に関する懇談会」(2016年5月～2017年1月)には知財事務局も参加し、意見交換

【データの利活用促進のための知財制度等の構築】

- ・データの利用権限に関する**契約ガイドライン**等の策定や、**データ取引市場**等の社会実装に向けた支援策・制度整備を検討
- ・データの不正取得禁止や暗号化など技術的な制限手段の**保護強化**等について、**次期通常国会への不正競争防止法改正案**の提出を視野に検討
- ・データ利活用促進のための制限のある権利について、データ取引市場の状況等を注視しつつ、引き続き検討

【AIの作成・利活用促進のための知財制度の構築】

- ・AIの学習用データの提供・提示について、**著作権法の権利制限規定**に関する制度設計や運用の中で検討
- ・**学習済みモデルの契約による適切な保護の在り方や特許化する際の具体的な要件等**について検討
- ・AI生成物の知財制度上の在り方について、具体的な事例を継続的に把握しつつ、引き続き検討

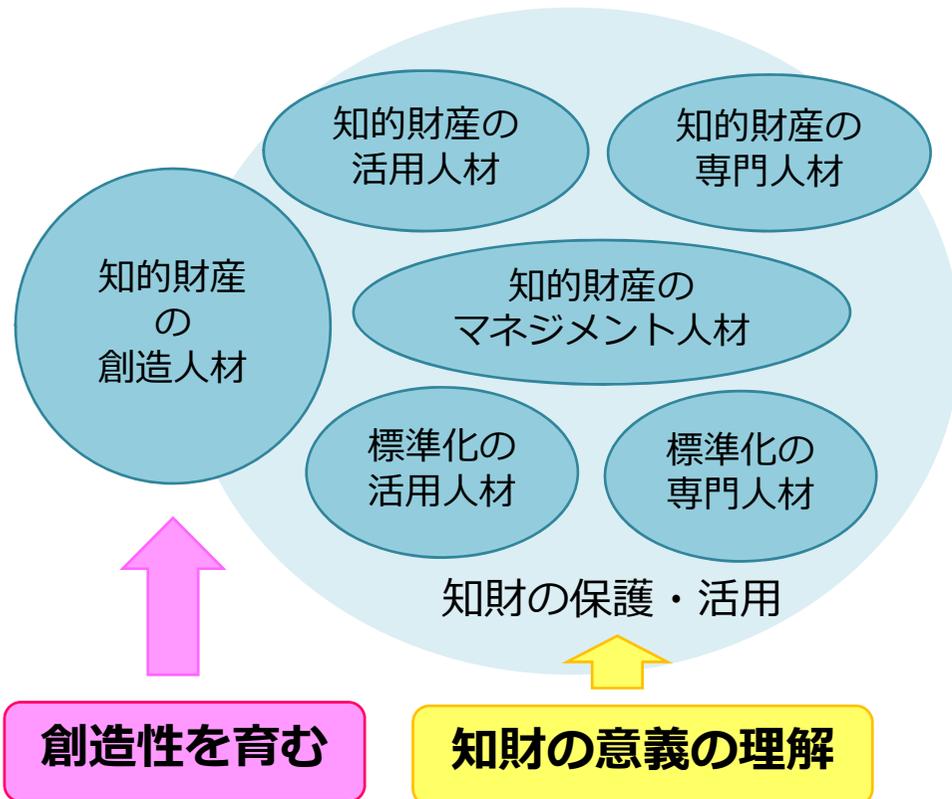


2. 知財創造教育の推進 (知財推進計画2017)

- 天然資源の乏しい我が国では、**知的財産による新しい価値創造が産業競争力に直結**
- 子どものころから「**違いを生み出す能力**」が**重要**であることを教える**知財創造教育が必要**

“国民一人ひとりが知財人材”へ

知的財産の創造から保護・活用に至る知的創造サイクルの好循環を生み出す人材を育む



知財創造教育推進コンソーシアム

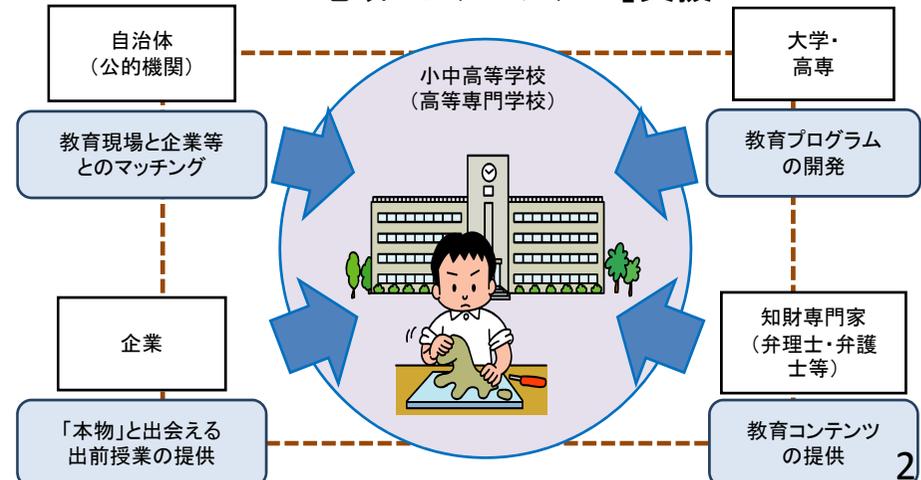
(2017年1月設立)

共同会長： 松山 知的財産戦略担当大臣
 出口 日本教育大学協会 会長
 金子 経団連知的財産委員会 委員長

- 教育関連団体(教育委員会連合会、校長会等)
- 民間団体(経団連、知財協、弁理士会等)
- 関連府省
- マスコミ

知財創造教育の基本方針決定
 カリキュラム策定
 コンテンツ作成・収集

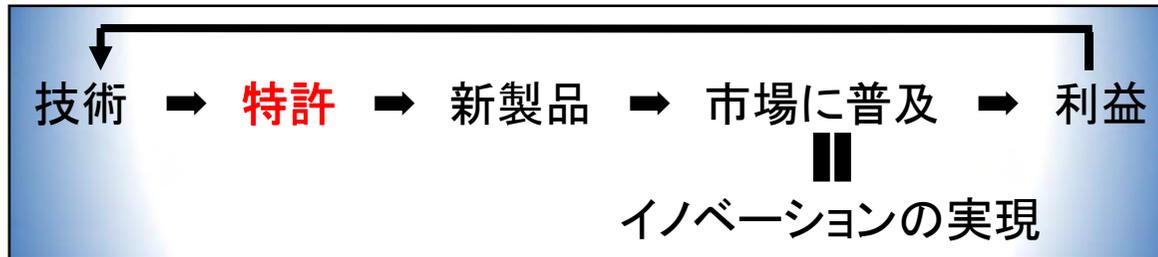
「地域コンソーシアム」支援



3. イノベーションの変質と知財戦略(今後の検討)

20世紀 = $D > S$ の時代

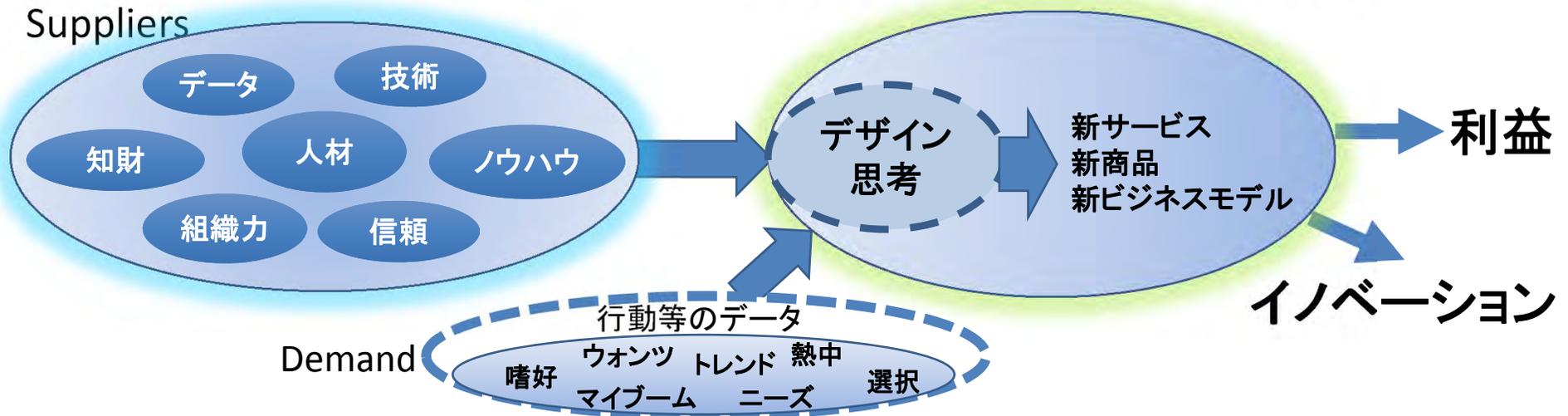
S リードのリアモデル = 核となる IP を抑えて ➡ 市場の獲得 維持
 ➡ 継続的利益
 ➡ 技術に再投資



プロパテント戦略

21世紀 = $D < S$ の時代

D リードの市場 = 新技術・新製品でも選ばないと売れない + 複雑系



- ・ Dを理解したビジネスのデザイン
 - ・ 必要な資産の選択 組合せ
- がイノベーションの鍵 ➡

デザイン思考 & プロイノベーション戦略

21世紀のイノベーションの特徴

- オープン・イノベーション
特定分野→複雑系＝分野横断
組織内→様々な外部の知との融合
- デモクラティック・イノベーション
(Open Innovation 2.0)
研究室→イノベーションセンター、リビングラボ
 フューチャーセンター
技術者＋需要者・生活者



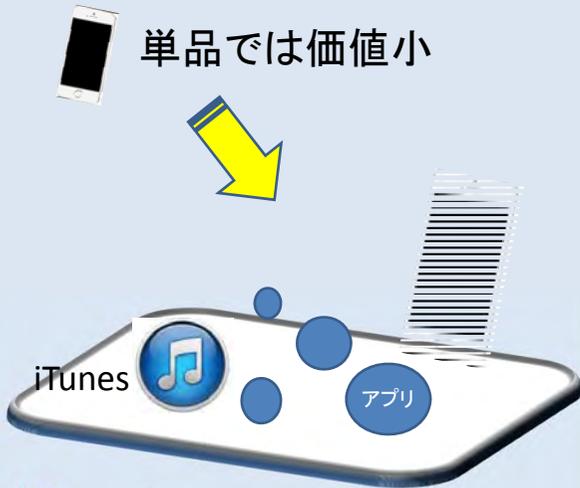
- 様々な人・分野の知の融合をもたらす**新しい場**が重要
(フューチャーセンター/イノベーションセンター/リビングラボ、積極的な部局交流、出向者の活用)
- 知財の価値・位置づけ**の変化

知財の価値評価の検討などを含む「知財推進計画2018」の策定に加え、
中長期の社会変化を見据えた**新・知財戦略ビジョン**を今後検討

イノベーションの促進に向けた知財システム

モノからサービスへ

モノ単体ではなく、システムとしての価値が大きくなる



例: Apple
iTunesや広範なアプリ群が大きな価値を創出

新たにつなぐ

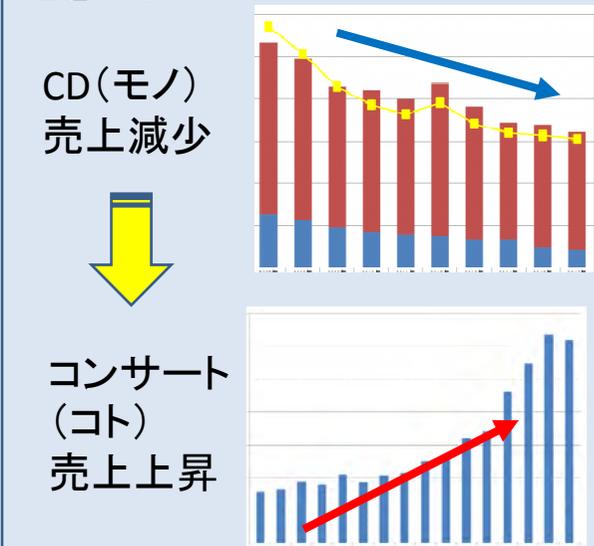
供給者と消費者を新たにつなぐことで価値を生み出す



例: Uber
利用されていなかった資源(車)活用

モノよりコト・共感

多様な価値観や共感が新たな価値を生む



例: 歌手、アイドル

デザイン思考 & プロイノベーション戦略

従来の特許保護モデル

良い技術を開発して
特許で守り
良いものを作る



必ずしもビジネスの
成功にはつながらない...



知的財産のあり方も「保護」から「共有」による利活用拡大へ

消費者のニーズを把握するためのプラットフォームとデータを持つことが鍵

