

21世紀型の保護・利用枠組みが必要に 「物づくり」から「知恵づくり」へ

荒井寿光・東京中小企業投資育成社長に聞く

INTERVIEW

profile

あらい・ひさみつ 東大法卒、米ハーバード大院修了。66年通商産業省(現経済産業省)入省、特許庁長官、通商産業審議官を経て01年退官。内閣官房・知的財産戦略推進事務局長、世界知的所有権機関(WIPO)政策委員、東京理科大客員教授、東京商工会議所知的財産戦略委員長を歴任。07年6月から現職。著作に「知財革命」(角川グループパブリッシング)、「知財立国」(日刊工業新聞社)など。



◎聞き手 **大嶋聖一** 編集委員
鈴木隆義 經濟部

日本経済は、米国のサブプライム問題を契機とする世界金融・経済危機の打撃から脱却しつつあるが、少子高齢化社会の重荷も響き、完全復活からは程遠い状況だ。日本が得意としてきた「貿易立国」の地位に、韓国などアジアの新興工業国・地域(NIES)に続いて「世界の生産基地」とも言われる中国が急速に迫っている。日本経済の復活を進めるには、特許権や著作権、商標権など知的財産権(Intellectual Property Right)の活用による「知的財産立国」が不可欠ではないか、との問題意識に基づき、知財にかかわる有識者、専門家に連続インタビューを行う。

第1回は荒井寿光・東京中小企業投資育成社長(元特許庁長官)で、知的財産権をめぐる日本の課題などについて話を聞いた。

進むパラダイムシフト

——小泉内閣が「知的財産立国」を打ち出してから8年余りが経過したが、知的財産権に関して今、何が起きているのか。

荒井寿光・東京中小企業投資育成社長 知的財産をめぐり、パラダイムシフトが起きている。世界は、農業社会から工業社会へと発展してきたが、今は知識社会に移行している。経済の焦点は「物づくり」から「知恵づくり」に移っている。

近代特許は18世紀英国の産業革命の中で生まれた。物づくりの技術をいかに守っていくか、という要請に

基づいて制度ができた。その意味で、特許は工業社会のインフラとして育ってきたと言える。ところが、急速にコンピュータネットワークが発達し、世界中がワイヤレスでつながる時代がやってきた。かつてはソニーのカラーテレビやウォークマンが代表するような強さのあった日本の産業も、今では米アップルのiPod(アイポッド)やiPhone(アイフォン)に凌駕りょうがされている。問題は液晶パネルや半導体ではなく、その向こうにある世界中のシステムやユーザーの価値観の重要性が大きくなったことだ。ところが、日本は環境が変わったこ

とに理解が足りない。

「量」より重要な特許の「質」

——特許の申請件数が減っている。

荒井社長 日本はこれまで、米国を中心とする海外から基本特許を買い、カーテレビやパソコンなどに製品化し輸出して稼いできた。いきおい、特許は応用特許や周辺特許になるから、件数は多くなっていた。

しかし、応用特許の申請が減って基本特許の申請が増えているのであれば、件数は減少する。また、海外特許を重視する姿勢への転換も、国内申請件数の減少につながる。単純に申請件数が減っていることではなく、量より質に転じているかどうかをチェックすべきだ。

——質の変化を見極めるには、どういった点を注視すべきか。

荒井社長 特許申請の海外比率が増えてきている。日本企業でも国際出願が増加しているのは、良い傾向だ。ただ、基本特許が増えているかどうかまでは分からない。

日本企業も基本特許をどんどん取ってほしい。米インテルのCPU(中央演算処理装置)が世界中のパソコンで使われているが、日本もそうい

う製品を造るよう努力しなければならぬだろう。

——「物づくりプラスアルファ」が必要、ということか。

荒井社長 視点を物づくりから知恵づくりに変えるべきだ。 아이폰は「物」に見えるが、背後につながる世界の中のシステムやソフトがある。知恵の塊だ。日本も早く、こういった製品を造らなければならぬ。

——新興国、特に中国の申請件数が増えているが、脅威ではないか。

荒井社長 それは、工業国家としての脅威だ。仮に、中国で冷蔵庫を造る特許が増えているなら、日本は同じ製品であれば賃金の低い中国に負けるだろう。中国で増えているのは工業社会時代の特許だから、単純な物づくりで競争するなら大きな脅威だ。だから、日本も早く物づくり中心から、知識社会のシステムづくりに脱皮すべきだ。

日本人の神話に「物づくり大国」というのがある。「製造業が日本に不可欠」という思い込みもある。だが今や、国内総生産(GDP)に占める製造業の割合は3割にすぎない。7割は非製造業だ。3割でも大事と

言えば大事だが、製造業の比率は今後新興国との競争でどんどん下がるだろう。米国は既に2割程度にまで落ちてきている。日本は「知識社会へ移行する」という認識が足りない。

中身が問題に——政府の知財戦略

——政府の取り組み、民間の動きをどう見るか。

荒井社長 「知的財産国家戦略フォーラム」の活動を通して、国家としての仕組みをつくることはできた。国家は立法、行政、司法の三権からなるが、まず、立法では知的財産基本法をつくり、法令を改正した。その上で、行政の機能として首相を本部長とする知的財産戦略本部を設けた。司法においては、知的財産高等裁判所を設置した。

体制は整ったので、残るのは「中身をどうするか」だ。自分では、知財戦略も5年ごとにモデルチェンジすべきだと思っている。車やパソコンでもモデルチェンジして、バージョンアップしていく。技術の進歩に応じてビジネスモデルも変化する。併せて、知財保護のルールも変わる。日本人はとかく「制度ができた後はやるのがない」と言うが、そ

れは違う。米国では、特許を取ってもうけたら、次にルールを変えてまたもうけようとする。日本は、ルールを変えていかなければ、米国に離され発展途上国に追い付かれる。

——今年は、特許法改正が動きだす。**荒井社長** 従来は、特許を取得し

物をつくって回収する仕組みだったが、今は独占するだけではなく、皆に使ってもらうという「オープンイノベーション」との組み合わせでもうけるのが世界の潮流だ。ところが日本は、携帯電話やハイビジョンテレビが典型だが、良い物をつくっても世界では誰も使わない、という状況に追い込まれる傾向がある。

特許については、法改正に当たり「皆に開放し、発展させていく社会のエンジンだ」という発想をもっと入れるべきだ。現在の特許法で一番古めかしいのは、「自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のものを保護の対象とする」という点だ。コンピュータソフトや人工多能性幹(iPS)細胞は自然法則を使っている。日本は「特許」の定義が狭過ぎる。工業社会時代の仕組みを直していく必要がある。

米国は、世の中の役に立つことな

ら特許として保護する、という仕組みになっている。ビジネスモデル特許をはじめ「自然法則と関係なく自由に創意工夫して役に立つようなら権利を認める」というのが知識社会だ。日本もビジネスモデル特許を認めているが、非常に限定的だ。

——日本の技術が国際標準になりづらいのはなぜか。

荒井社長 技術開発、特許戦略、事業戦略の三つがばらばらだからだ。「事業戦略にのっとって技術開発し、特許を取ってもらうける」という一貫性に乏しい。独占するのか、一部を開放するのか、皆に使ってもらって市場を広げるのか——。事業戦略が変われば特許戦略もダイナミックに変わる、という認識が不可欠だ。

——これは「IP（知財）コモンズ」の考え方につながるか。

荒井社長 「独占するもの」と「皆で共有するもの」の両方が必要だ。その上で最も大切な視点は「どちらの方がマーケットが広がるか」だ。身近な例としては、日清食品の創業者でインスタントラーメンを発明した故安藤百福氏がいる。「野中の一本杉は枯れる」と、製造技術をライバル企業に公開し、顧客を増やした。

独占して売ったところで市場は拡大しない、と考えたのだ。

アップルも様々な応用ソフトを造ってもらうことで利用者が増え、販売が増えると考えた。「すべて自社開発」などできない。自分でやってみようけるのか、人を使ってもうけるのか、を見極めないといけない。思い切つて公開することによってマーケットを広げることも必要だ。

知財革命に合わせた取り組みが必要に

——政府の2010年の知的財産推進計画は国際標準、コンテンツ、産業横断を3本柱としているが、どう評価するか。

荒井社長 いかにも頭を切り替えるか、が問題だ。新しいことに取り組みようとすると、法律論や制度論にこだわって「従来の法律にまじまない」とか「整合性が取れない」という議論になりがちだが、それは違う。今起きているのは、知財革命だ。技術体系が変われば、ビジネスモデルが変わる。ビジネスモデルが変われば、法体系も変わる。「革命」なのだから、整合性が取れるわけがない。従来の法制度に引張られて整合性を考えていたら、世界に後れを取る。

——知的財産の活用は、日本経済復活のカギとなるか。

荒井社長 これから日本人の能力を発揮できるかどうか、経済復活のカギだ。創意工夫、良いアイデアを出して実用化できるか。また、特許法や著作権法によって創意工夫した人が報われるか。知的財産をつくり出すインフラを21世紀型に変えるべきだ。

——金融機関は動産債権担保融資（ABL）などに力を入れているが。

荒井社長 まず「知識社会に変わった」と意識を変えなければならぬ。今までは「土地があるか」「工場があるか」「機械があるか」だった。だが、知識社会に土地など不要で、知財、無形資産が重要になってくる。——知財は評価が難しいのではないか。

荒井社長 右肩上がりの時代と違い、土地や金融資産の価値も流動的になってきているのに、一応評価している。知財だつてやる気になれば評価できるはずだ。欧米は「トータルでこのビジネスはうまくいくか」と分析し、プロジェクトファイナンスを実行している。日本も早く発想を転換しなければならぬ。

土地や株式を持つていても、どんな（値が）下がっていくかもしれない。そうすると「技術があるか」「商圏があるか」と問い掛けざるを得なくなる。中小企業さえ、生産を海外へシフトして国内には本社機能しかない、というケースが増えている。「海外の土地や工場を担保に」といっても難しい。だから、無形資産をいかに評価することが重要だ。欧米の金融機関にできることが、日本の金融機関にできないはずはない。

重要な「社会システム」

——途上国支援の必要性は。

荒井社長 特許制度や著作権制度づくりの支援は推進すべきだ。法制度のほか、運用する特許庁の審査官や文化庁の担当者といった専門家、偽物を取り締まる仕組みを整えなければならぬ。科学技術、芸術文化に国境はない。知財は物の貿易と異なり、即座にグローバルに流通する。世界共通のインフラが必要だ。日本は先進国として、支援や指導に力を入れていくことが不可欠と言える。

仕組みが整えば、途上国にも独自の研究・開発や文化、技術をはぐくもう、という機運が高まり、持続可

能でバランスの取れた成長につながる。

—— 知財を新成長戦略につなげるにはどうすればよいか。

荒井社長 重要なのは国際性、システム性、公共性だ。まず、電気自動車もiPS細胞も日本一国では対応できない。いかに世界中で知恵を出し合い、開発し普及させていくかが重要だ。また、日本人は「電気自動車なら蓄電池が得意だ」といった発想に陥りがちだが（物そのものより）「社会システム」が重要だととらえなければならぬ。さらに、特定の会社だけが独占してもうけるのではなく、地球温暖化防止や難病の撲滅といった公共性が大切だ。

一定の独占を認めながら、独り占めはしない。どこまでを無料とし、どこからを有料とするか。開発者が適度なリターンを得ながら、利用者に過度の負担を掛けない、という秩序づくりを進めていくべきだ。工業社会から知識社会にステージは変わった。「A社が新型車を出したならB社も」といった競争ではなく、世界中の人々にいかに喜んでもらえるか、という方向に発想を転換しなければならぬ。

時事通信社の総合金融・経済情報誌

金融財政 *Business* ビジネス

- グローバル化やIT化の進展で激動する国内外の経済や政治の話題を中心に、一般メディアでは読めない、深い分析や動きを先取りした記事を掲載。
- 国際情勢や安全保障などについても、随時気鋭の専門家による読み応えのあるレポートを掲載。
- 通信社ならではの、国内外の第一線の記者による最新情勢の報告。
- 大手シンクタンクの専門家による掘り下げたりポートも豊富。
- 名物コラム「藤原作弥のコラム・コラム」のほか、米国、英国、中国で活躍するビジネスマンや研究者によるコラム「三都物語」、国内のエコノミストなどが参加するコラム「照一隅」など、バラエティー豊かな読み物。

**2週間、無料で
お届けいたします**

2週間、無料で試読ができる「見本誌請求」をご利用ください。下記 URL の申込フォームからお申し込みいただけます。

<http://www.jiji.com/service/senmon/financial/>

- 発行 / 毎週：月・木曜日（祝日を除く）
- 体裁 / A4判：20・24ページ
- 購読料金（1部につき）
月額 5,565円（消費税込み）
※ご契約期間は1年単位となります。



時事通信社

〒104-8178

東京都中央区銀座5-15-8

業務局 顧客サービス部
customer-s@jiji.co.jp



時事通信社

2010.6.3 [木] 金融財政ビジネス



国内3D作品の未来

金沢工業大学大学院 客員教授
土井宏文

SF大作「アバター」(ジェームズ・キャメロン監督)の成功例などにより、3次元(3D)映像が視聴

者を引き付ける大きな要素になりつつあることが、明確になった。これを受け、国内の映画館も3D対応スクリーンを大幅に増やす計画であるほか、家電メーカー各社も3D対応テレビの販売を開始しつつある。

しかし、国内における3D作品は量的にまだ不十分である。日本でも、3D映像の制作技術に関する研究発表は学術的にはなされてきたが、それがビジネスとしての成果にはつながっていないのが現状だ。

今までは3D映像を上映・放送する場所や機器が限られていたため、制作しても当然国内でのビジネスにつながらなかつた。この点については、日本のコンテンツ産業の国際展開がいかほど遅れているか、という意味でまた別の大きな問題だが、その前に危惧されるのは、国内の3D視聴環境が整っても日本発の3D作品

は恐らくほとんど見当たらない状況になるのではないかと、という点だ。

「国内環境が整った段階で、3D作品を海外から買ってくればよいではないか」とか「2次元作品を3Dに変換すれば事足りる」と考えることもできる。しかし、海外から買ってくる場合、その結果はどうなるか。

いくら技術があつても3D作品を高く買われる半面、国内視聴者の嗜好に合致した見るべきものがないということと3D対応の視聴機器類が値崩れする恐れがある。「歴史は繰り返す」わけだ。これでは、国全体としてみると収益機会は縮小し、成長力は失われていくばかりである。

次に、2次元作品からの変換では、著作権処理をどうするのか、ロイヤルティー(著作権使用料)の配分をどうするのかなどの問題もあるが、それよりも、既に2次元でビジネスをした後の作品で、しかも原資料に変換コストを上乘せした価格でどのようなビジネスモデルが成り立つの

か。加えて、消費者から見るとそのような3D作品は新鮮なのか、など諸々の問題があろう。

そう考えると、やはり国内において3D映像の制作を早急に普及させる必要がある。では、そのためには何が課題なのか。

一つは、単に3Dで映像を制作したからといって、それが良質な作品になるわけではないことである。これは、歴史的に見ても現実として感じられる。新しいグラフィック処理やエディット技術が必要であることも確かだが、3Dの本質を理解し、それを生かしたストーリーを作成できる脚本家やプロデューサーも必要であり、映像にかかわる人々全体の理解を深めなければならぬ。すなわち、イノベーション(技術革新)と制作者の感性の融合が必要なのではないだろうか。

次に、良質な3D作品は2次元作品に比べ制作費用が多額になるケースが多くなるだろう。現時点では、

10%から25%のコスト増になると言われている。2次元からの転換と同様、国内コンテンツ産業の現在のビジネスモデルでは、こうした付加的な費用の回収可能性にはかなり疑問が残る。とするならば、ビジネスモデルの転換、すなわち国際展開も含めた新たな販売戦略を検討する必要がある。

また、3D映像の制作を加速度的に進めるためには、新たな機材類やソフトウェアの購入も含めた制作者側の負荷をいかに抑えるか、という問題もある。加えて、新たなビジネスモデルを構築するとすれば、現状の戦略に依存した資金の調達方法も変化させなければならぬ。

このような課題を早急に解決しない限り、既にいち早く対応しようとしている中国や韓国などの諸外国に後れを取ることは避けられないだろう。制作者、大学などの研究機関だけではなく、家電大手などのメーカーや国が一体となって取り組むことを期待したい。

特許権などの技術的な側面と著作権などの制作的な側面とをうまく連動させて初めて、国内における3D作品の将来があるような気がする。