

ELN2005 年 9 月月例会報告

テーマ：知財立国計画の到達と展望－推進計画 2005 のポイント－

場所：大宮法科大学院大学 606 講義室

報告者：久保利 英明（弁護士 大宮法科大学院大学教授）

今回は、知的財産戦略本部員である久保利弁護士が、この 3 年間においてドラマステイックな改革が実現された知財分野における成果を述べるとともに、今後の法曹界やロースクールに期待される諸活動、知的財産推進計画 2005 等について解説しました。以下がその概要です。

1. 知的財産保護がなぜ国家戦略となるのか

(1) もの作り国家から智恵作り国家へ

(2) 米国の 1980 年代国家戦力の教訓

米国は、日本の台頭に対する対抗策として知的財産の強化政策をとり、その流れの中で IBM 事件（日立製作所による IBM のソフトウェアの不正コピー事件）が起き、CAFC の創設やヤングレポートの公表などが行われた。その結果、日本は、米国の川下に置かれることになり、米国の下請国家になってしまった。

一方で、韓国、中国等の成長も著しく、このままでは日本は韓国、中国等の下請にもなってしまうかも知れない。

(3) 「クールジャパン」の世界伝播は平和国家日本の国際的存在感を高める

(4) 知的財産は創造・保護・活用・回収がサイクル化して初めて成立する。そのためには司法改革・大学（ロースクール）改革・産業構造改革（知財を産業の中に活かす）が必要であった。

2. 急速に進んだ知財戦略の歩み

2002 年、小泉首相は施政方針演説で知的財産権の保護と活用に言及し、知的財産立国を目指すことを表明した。それを受けて、知的財産戦略会議が創設された。

(1) 2002

知的財産戦略会議の創設

知的財産基本法の制定

(2) 2003

知的財産戦略本部の発足

知的財産推進計画 2003

- (3) 2004
知的財産推進計画2004
- (4) 2005
知財高裁の発足
これまでに18本の知財関連法案の成立
知的財産推進計画2005

3. 「知的財産推進計画2005」のポイント

- (1) 模倣品・海賊版対策の抜本的・国際的強化
模倣品・海賊版の背後には暴力団等の反社会的集団がおり、模倣品・海賊版対策は反社会的集団対策でもある。国際社会の中で日本がリーダーシップをとって取り組んでいくことを検討している。
- (2) 世界をリードする知財制度の提唱と構築
世界特許制度の実現に向け、日米欧三極の特許の相互承認や明細書の記載様式統一に向けた取り組み。
知財の海外流出防止のための不正競争防止法改正。
- (3) 中小・ベンチャー・地域産業の支援
弁護士知財ネットやエンタメネットなどによる支援
- (4) 戦略的な国際標準化活動
- (5) クールジャパン・コンテンツと日本ブランドづくり
コンテンツ流通は現状では難しいが、それを可能とするための取り組み（権利の一元処理等）を進めていく。
- (6) 知財人材育成の総合戦略
人がいなければ知財は動かない。そこで、現在6万人の知財人材（技術に強い法曹）を10年間で12万人に倍増する目標を掲げた。理科系の能力を持った弁護士の必要性が随所に述べられている。
- (7) 産・学・官連携の加速化
大学の特許出願件数は1999年から2003年にかけて6倍、ロイヤルティ収入は7倍に増加している。大学発ベンチャーは1112社設立された。

4. 弁護士と弁護士会に期待されるもの

- (1) 推進計画中での弁護士への言及が数多くなされた。
ただし、弁理士の単独訴訟代理も検討課題とされており、弁護士が早急にこの分野で力を付けていくことが必要である。
- (2) エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワークの発足とNPO法人化への動き
エンタメネットは、推進計画の随所で言及されている。

- (3) 日弁連知的財産推進本部の発足
- (4) 弁護士知財ネットの発足

5. 法曹教育と知的財産

- (1) 全法科大学院において知的財産科目が設置された。
- (2) 理科系出身の法科大学院学生の飛躍的増大（大宮法科大学院大学の実例）
- (3) 知的財産権法の司法試験選択科目への採用
- (4) 司法試験合格率の減少予想の与えるマイナス効果

もともと理科系出身の法科大学院学生の飛躍的増大を期待してロースクールが作られたが、司法試験合格率が低いこともあり、夢は萎んでいるように思われる。しかし、理解系の人がこの分野で有利なことは間違いなく、そうした人が増えないと知財立国が成功しないであろう。大宮法科大学院大学の場合、初年度は34%が理科系出身者であった。

知財人材養成がうまくいくかどうかは知財立国戦略の成否の分かれ目になるだろう。

6. Q&A

- Q コンテンツ利用の双方向性や電車男の著作権の問題など、ブロードバンド時代の新しい問題にどう取り組んでいくのか。
- A 次の時代がこうだということが見えない時代は非常に楽しい。業界の実務家と弁護士が力を合わせて一ひねりしようということがエンタメネットの役割。電車男の出版に関わった人たちも著作権の問題は出たところ勝負のような気持ちだったかも知れない。正解がない世界なので、その意味で大きなビジネスチャンスが転がっている。発展的に考えると面白い問題だと思う。
(松田専務理事より) これからできるコンテンツについては契約関係を整備することは不可欠で、そうした取り組みはもう始まっている。TVコンテンツをブロードバンドで利用する場合の使用料も、暫定的ではあるが既に決まっている。
- Q 推進計画にある「地域ブランド」とは一体何なのか。単なる商標法の問題にすぎないのか。
- A 「地域ブランド」のモデルになるような取り組みがあるかということは見あたらないようだし、難しい問題だ。
- Q 推進計画は日本語の普及に言及していないが、入れるべきではないか。
- A 仰るとおりである。コンテンツを普及させ、視聴者に日本を意識させるためにも重要である。来年の推進計画の際に提言する。

以上