

枠を超えた仲間と未来を創る： 既成概念を超える新しい挑戦

サービス・コンテンツ委員会 委員長

上玉利 修利 氏

(所属：ミネベアミツミ株式会社)



interview

自己紹介

これまで、主に製造業をベースとした出願・権利化や技術保護の知財実務に携わってまいりましたが、近年、産業構造が従来の「モノ売り」から、顧客体験やソリューションを重視する「コト売り」へと急速にシフトしていることを肌で感じております。

このような大きな変革期を迎える中、2026年度より、新設された「サービス・コンテンツ委員会」の委員長を拝命いたしました。立場や業種を超えた多様なメンバー、そして心強い執行部隊とともに、日本の第三次産業の競争力強化に貢献できるよう邁進してまいります。

Q 研究テーマとそれらを選んだ背景・理由は？

当委員会では、大きく2つの小委員会に分かれて研究・探求を進めています。

・第1小委員会（コンテンツ領域）

政府の「新たなクールジャパン戦略」において、日本のコンテンツ産業（ゲーム、アニメ、マンガ、実写、音楽等）の海外展開規模は過去最高の4.7兆円に達し、いまや鉄鋼産業に匹敵する「基幹産業」へと成長しています。しかしその一方で、適切な対価還元、クリエイターの活動環境整備、深刻化する海賊版対策、そして生成AIをはじめとするデジタル・ビジネスへの構造改革など、早急に解決すべき知財・実務的論点が山積しています。第1小委員会では、クールジャパン戦略を踏まえ知財課題を分析・探求します。

・第2小委員会（サービス領域）

第三次産業である金融、飲食（カフェ）、旅行、小売り、商社など、目に見えない「体験価値」を提供するサービス産業における課題を顕在化し、知財の特定、差別化、どのようにマネタイズへ繋げているかなどを検討します。従来の「技術保護」を目的とした製造業型の知財発想から脱却し、知財MIX（商標・著作権・特許・意匠等）に契約や運用を組み合わせた、サービス産業の実務に即した知財設計・アプローチ手法を究明します。

Q 委員会の特長／魅力は？

・多様性に富んだネットワークの構築

従来の製造業中心の枠組みを超え、多様な非製造業の会員企業をはじめ、「コト売り」へのシフトを目指す企業、コンテンツ企業、さらには官公庁でクールジャパン戦略の策定に携わっていた方まで、幅広いバックグラウンドを持つメンバーが集まっています。普段の自社実務だけでは決して出会えない仲間と、強固な人脈を形成することが可能です。

・ハイブリッド議論による実践的な学び

単なる机上の法制度論を学ぶ場ではありません。注目企業や有識者、各種団体へのリアルなヒアリングを通じて、「実務で知財がどう使われ、理想と現状のギャップがどこにあるか」を徹底的に可視化します。全体ディスカッションや小委員会活動、外部ヒアリングを柔軟に組み合わせることで参加者の知見を飛躍的に深化させ、知財の観点から日本の産業を力強く盛り立てていくことを目指しています。

Q 委員会としてのこだわりは？

私たちは、「実務に役立つ価値の見える化」と「社会への積極的な還元・発信」にこだわっています。

サービスやコンテンツの価値を手探りで見出そうと苦悩している企業が非常に多いのが実情です。当委員会を単なる勉強会で終わらせるのではなく、導き出した知見を積極的に外部発信していきます。

「楽しく参加・活動する」ことを大前提としながら、会員企業や知財業界全体、ひいては生成AI時代を生きる日本のサービス・コンテンツ産業に真の利益をもたらす「変化の起点」となる委員会であり続けることに、こだわりを持って取り組んでいきます。