

AI関連の特許出願が急増～AI特集～

とっきよ

43



2019.10.7 発行

特集 1

IPランドスケープで 俯瞰するAI

特集 2

AIに関する 特許庁の取組

知財活用企業紹介 vol.1

貝印株式会社

INPIT知財総合支援窓口へようこそ!

株式会社幸呼来Japan





IPランドスケープで 俯瞰するAI

特集 01

AI技術の今、そして少し先の未来のこと

「IPランドスケープ※」の観点からお話します。

※知財情報と、非知財情報（マーケット情報や研究開発費等）を分析。
現状俯瞰・将来展望を示し、事業戦略や経営戦略に役立てる手法。

執筆：株式会社テック・コンシリエCOO 小林誠

AIを活用した プロダクト・サービスの 今と将来市場

AIは様々な
利用シーンが存在します。

近年、スマートスピーカー等の音声アシスタント付きのスマート家電が数多く製品化されてきたようにAIは様々なシーンで利用されます。私がAI活用ビジネスとして注目している例は、ANAなどが加盟するスターアライアンスがNECと協業して本人確認プラットフォームを導入するというものです。※1

NECは顔照合時に「ディープラーニング技術を取り入れ、顔の向きの変動が大きい悪環境下や

カメラから遠いような顔画像に対しても高精度を維持する性能強化などに取り組んでいます。将来的には空港などで旅客が立ち止まることなく、顔認証で本人確認が可能になる見込みです。単なる業務効率化だけでなく旅客の利便性を高め、さらには出入国の安全管理という社会課題も解決しうるAIを活用した新規サービスの好例といえます。

AI関連発明に 関する国内の 市場動向

AIは様々な技術や適用分野があります。AIの基礎となる数学的、もしくは統計的な情報処理技術の特徴とする「AIコア発明」に加え、画像処理、音声処理、自然言語処理、機器制御・ロボティクス、診断・検知・予測・最適化システム等の各種技術に「AIコア発明を適用した「AI関連発明」があります。【図1】

市場規模はAIの定義や関連産業をどこまで含めるかにより内容が異なるため、一概に比較することはできませんが、少なくとも5～10年の見通しではAIに関する市場は急速に拡大していくと予測されています。特に大きな市場になるといわれているのは、AIを活用した自然言語処理による言語解析市場や、ディープラーニングによる画像認識市場です。

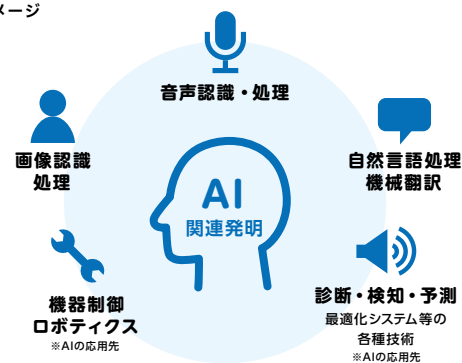
先のNECの空港向け生体認証サービスは2025年度までに200億円の売上を目指しているそうです。

【図2】は、2014年以降、日本の特許庁に出願されたAI関連発明の出願件数ランキングです。ランキングしている企業は一見、「この企業がAIの出願をしているの？」と思われるかもしれませんが、AIそのものではなく、AIを活用したプロダクト・サービスに関する権利を出願しているのだと推察されます。

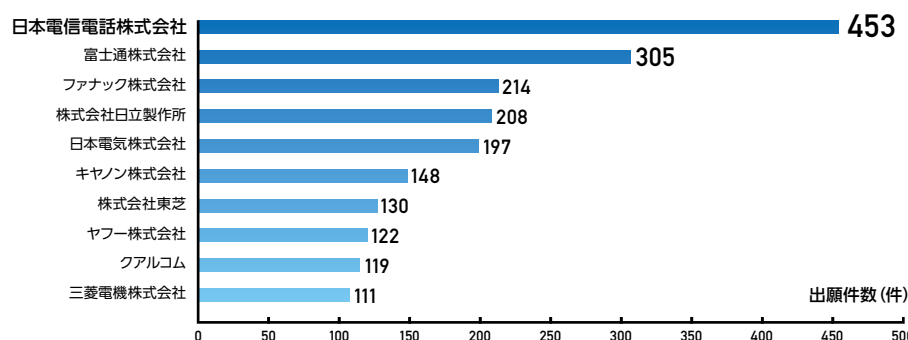
様々な状況でも使える汎用的なAIは、いずれ世の中で広く使われる技術になり、インフラ的に広まっていく可能性があります。一方、特定のルールやシーンのもとで使用するようなAIに関する出願件数は、今後プロダクト・サービスの開発に合わせて、さらに増えていくことでしょう。

【図1】AI関連発明のイメージ

※特許庁「AI関連発明の出願状況調査」を基に作成



【図2】AI関連発明の出願人別出願件数（2014年以降の出願で2019年5月までに公開されたもの）※特許庁「AI関連発明の出願状況調査」を基に作成



※1 NEC News Room「スターアライアンスとNEC、生体認証による旅客の体験価値向上を目的に協業」

https://jpn.nec.com/press/201907/20190729_03.html

「NEC、米国立機関による動画顔認証の性能評価で第1位を獲得」

https://jpn.nec.com/press/201703/20170316_01.html

※2 Tractica Research Report "Artificial Intelligence Market Forecasts" 1Q 2019

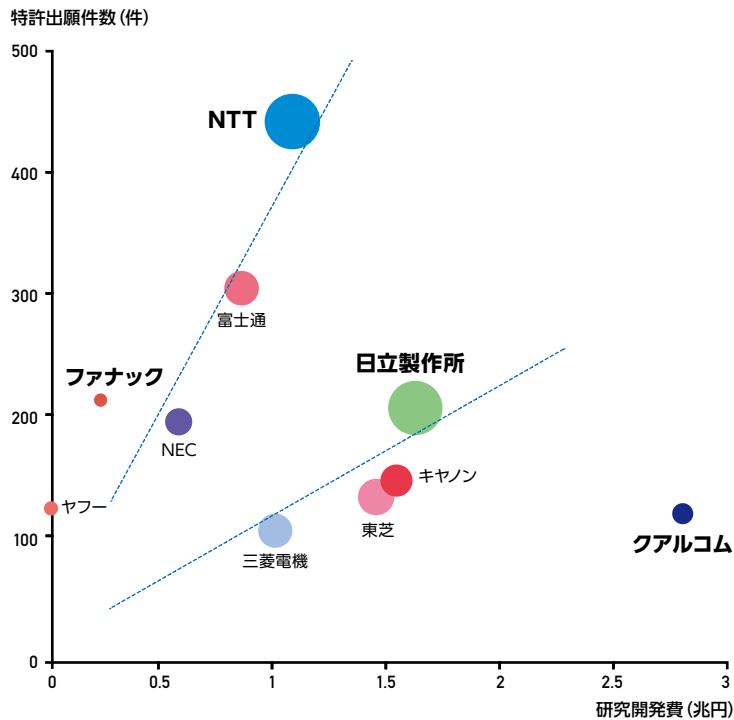
特許出願データから 各企業のAI力を予測する

企業のAI力を予測する
ポイントの特許情報も
使うことです。

マーケット情報やビジネス情報
の分析に特許情報も加えるこ
とで、精度の高いマクロトレンド
と、精度の高い競合他社の将来事
業を見通すことができます。特許
関連データに各社の売上高、研究
開発費、注力領域などを掛け合
わせて追っていくと、その企業が
今後AI技術でどのような製品
やサービスを展開し、どのような
ポジションを形成していくかの
見通しがより明確になっていき
ます。

例えば【図3】の特許出願件数
上位10社について、研究開発費と掛
け合わせたデータを見てみましょ
う。パプルの大きさは累計売上高
なので、その企業の規模感を表し
ています。ただし、この図では特許
出願件数(縦軸)はAI関連出願に
限定されていますが、研究開発費
(横軸)や売上高(パプルの大きさ)
はAI以外の費用・売上げも含ん
でいる点に注意が必要です。AI
に特定して、これらの非特許情報
を抽出することは困難ですので、
あくまで他社との立ち位置の違い
を見るものとご理解ください。

【図3】AI関連特許出願Top10の特許出願件数と研究開発費
2014～2018年度の累計件数及び累計額、パプルの大きさは累計売上高を示す



考えられるので、研究開発費に
対するAI関連出願数の傾きが比
較的小さいことが分かります。た
だし、ファナックはものづくり企
業でありながら通常の線よりだい
ぶ上に位置しているもので、AI関
連の特許に注力しているものづく
り企業であるといえそうです。

また、日本への特許出願は少な
いですが、通信技術や半導体の設
計開発を行う米国企業のクアル
コムの研究開発費自体の大きさ
や、売上高研究開発費率の高さも
注目に値します。特許等のライセ
ンス収入が事業の大きな柱の一つ
であるため、研究開発こそが同社
の生命線といえるでしょう。

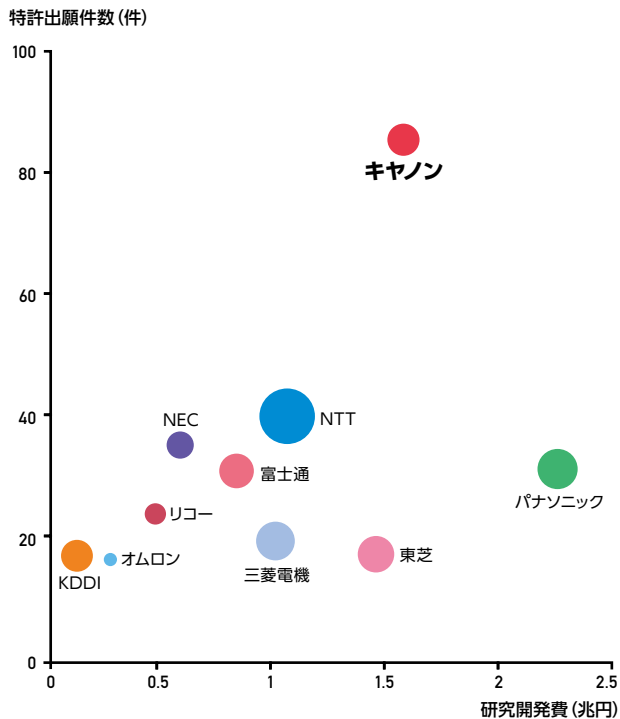
2つの分野では
どのような状況でしょうか。

自然言語処理分野に含まれる
技術の代表例に、機械翻訳があり
ます。機械翻訳の歴史は長く、元
はアルゴリズムが中心でしたが、
近年ではその処理だけではなく
AI技術を活用することで、どの
ような文脈になるか、例えばその
文章がポジティブな意味を持つ
のか、ネガティブな意味を持つ
のかなどを考慮した上で翻訳でき
るようになってきました。また、
文章を作る技術も自然言語処理
に含まれます。これはAIの技術
で初めて実現しました。

さらに、世界には書籍、レポー
ト、Webなど膨大な量のテキス
トデータが溢れています。それ
ぞれ異なるフォーマットで書か
れています。このため、これらの
大規模なテキストデータを解析
するには、データをきれいにす
るための前処理が必要になります。
この前処理によってAIに読み
込ませるデータの質・量を向上
させることで、更なる自然言語処
理の技術改良・発展が見込まれ
ます。

一方【図4】の画像処理分野
ではキヤノンの出願件数が群を

【図4】AI×画像処理の特許出願件数と研究開発費
2014～2018年度の累計件数及び累計額、パプルの大きさは累計売上高を示す



ようとすると課題、「産業上の利用
可能性」を中心に読んでいけば、
市場のニーズや用途がある程度
探ることもできますし、このよう
な情報を読み解くことは、競合
企業の動向を普段から追ってい
る知財部員担当にしかできない
ことです。そして、これらの特許
情報を事業戦略・経営戦略に繋
げて活かしていくことが、IPラ
ンドスケープの本質です。

AI技術の今後に 関する期待と懸念

膨大な特許情報を全て読むの
は難しいですが、特許明細書の中
でも「背景技術」、「発明が解決し

第三次AIブームと呼ばれる現
状が単なるブームで終わらずに、

今後もAI技術の 動向にも注目して いきましょう。

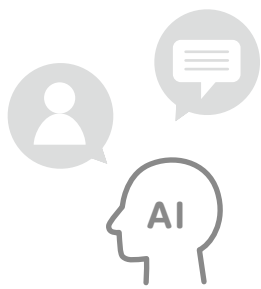
株式会社テック・コンシリエ COO 小林誠
KIT 虎ノ門大学院 イノベーションマネジメント研究科客員教授
東京工業大学 キャリアアップ MOT 知的財産戦略コース講師
「IP ランドスケープ」先駆者のひとり

(協力)
イノベーションリサーチ株式会社(データ解析)
<https://innovation-r.com/>
株式会社ユーザベース(経済情報の検索プラットフォーム「SPEEDA」の提供)
<https://www.uzabase.com/>



市場規模が大きくなると予想されている 「自然言語処理」と「画像処理」

抜いています。キヤノンのニュー
スリリース※3を拝見すると、
様々な方向を向いていたりする
群衆の映像でも、高い精度で人数
を推定する技術開発に力を入れ
ていることが分かります。この技
術により混雑状況をリアルタイ
ムで把握できるため、状況に応じ
たスタッフの柔軟な配置や観客
の誘導など円滑なイベント運営
に寄与するほか、マーケティング
にまで活かせるそうです。以上の
ことから、キヤノンは自社の技術
を大規模なイベント運営サービ
スに活用しようとしていると考
えられます。勝手な推測ですが、
キヤノンは2025年の日本国
際博覧会(大阪・関西万博)等も
念頭においた事業展開を狙って
いるのではないのでしょうか。



※3 キヤノン株式会社ニュースリリース <https://global.canon/ja/news/2018/20181029-2.html>



「AI 関連発明の出願状況調査」を担当
審査第四部審査調査室
主査 山本俊介

— 直近30年くらいの AIの進化や、今回出願 調査を行った背景などを 教えてください。

山本：AIは古くから研究されていましたが、その中身は時代でかなり異なります。
技術のトレンドをごく簡単な例で説明します。まず、30年前に流行していたのはルールベースです。リングに例えれば、「ここが赤いと美味しい」「ここが凹むと美味しくない」など、専門家が持つ判断基準をコンピュータに入力する手法です。一つひとつの基準が専門家の知識に基づくため精度は高いかもしれませんが、全てを基準を教え込むのに

コストがかかります。その後、今から10〜20年前頃からは機械学習がよく利用されています。これは、大量のリング画像と、美味しいか否かの正解データに加えて、設計者が「特徴量（リングのどの部分にどれだけ注目するか）」を選択すると、AIが自動学習して美味しいリングを判断できるようになるというものです。しかし、特徴量の選択は非常に繊細で選択を誤ると精度よく機能しないため、職人技といえるものでした。

そして近年、AIが騒がれている由縁が深層学習（ディープラーニング）なのですが、これは何がすごいのかといえば、前述した特徴量の選択が不要ということ。リングの画像と正解データを用意

— 今後のAI関連発明の 展望はどうお考えで しょうか？

今後、AIは新たなビジネスチャンスを生み出すと期待しています。例えばヘルスケア分野は健康志向の高まりを受けて需要がありますが、スマートフォンを使った健康管理サービスなどであれば、それを介して取得できる様々なデータとAIを組み合わせることで、医師や専門家に近いアドバイスを提供するアプリを作成することができそうです。さらにAIを使った新しい製品やサービスが生まれれば、それに付随した部品やサービスなどの需要も高まります。そうした相互関係の中で、AIを中心とした産業の活性化を期待しています。

— 今回追加事例を作成した 背景を教えてください。

齋藤：私たち審査基準室は、「特許・実用新案審査基準」を整備しています。これはどんな発明が特許を取得できるか、その考え方をまとめたものです。さらに、この考え方を審査官と出願する方の双方に分かりやすく伝えるために事例集を作成・公表しています。

当室は過去にもIoTやAIの関連発明に関し、審査のポイントを分かりやすく伝えるべく合計23の事例を作成・公表してきました。その後、昨年春頃からAI関連発明に関し特許取得のための考え方について多くの質問を受けるようになり、こうした関心の高まりを受け今年1月、新たにAI関連発明の10の事例を追加公表しました。

— 追加事例の特長を 教えてください。

審査官が発明のどこに着目して特許性を判断するのか、出願する側はどの点に注意して書類を作成すればよいのかを各事例に記載しました。特許性が肯定される事例だけでなく、否定される事例も紹介することで、10の事例全体で審査のポイントを分かりやすく示しています。また、今後のAIの発展を見越して化学、機械、電気、農業やその他多く

AIに関する特許庁の取組 AI技術の発展、普及の波は特許の世界にも

特集 02

AI技術の発展に伴い、 関連する特許出願の関心も高まっています。

そこで、特許庁の、「AI 関連発明の出願状況調査」（以下、「出願調査」と、「AI 関連技術に関する事例の追加」（以下、「追加事例」）の担当者にそれぞれの目的や結果、今後の見通しなどを聞きました。



審査基準室のメンバー。
AI 関連発明の審査事例の作成にあたり、農業、発電、工業など多分野を網羅した内容であることをイメージしたイラストを手に。

するだけで、AIが自動的に美味しいリングの共通点を学習して判定できるようになります。人間は大量のデータを用意するだけで、リングの知識や特徴量の選択も不要です。

2014年以降、深層学習ブームの影響もあり、AI関連発明の特許出願件数も増えています。そこで特許庁は、状況把握のために出願調査を行いました。

AIのコア発明だけでなく、画像処理・音声処理、ロボットなどの各技術分野にAIを応用した発明まで網羅的に分析した調査です。

— この調査で分かった ことは何でしょうか？

の分野を網羅し、これまでAIとは無関係だった企業にも関心を持ってもらえる事例にしています。

— AI関連発明の基準や 事例について、 今後の特許庁の動きを 教えてください。

今回の追加事例も含め、まとめたAI関連発明の事例の公表は世界初のもので、今後は、この事例を基に海外の特許庁と議論し、判断基準の国際調和を目指したいと考えています。それによって、日本企業が海外でAI関連発明の特許を取得する際にも特許取得の予見性、可能性が高まるものと期待しています。



AI関連発明の出願状況調査



AI関連技術に関する事例の追加

★ 少子高齢化が進む日本で、AI技術は予想される労働力不足を補うために必要なものです。AIは、分野を問わず、人間がこれまで得たデータを基に判断を行い、人間の「補助」として機能してくれるもの。今後AI関連発明がますます増え、それらが適切に特許として保護されビジネスに使用されることで産業が活性化されることを期待します。

「AI 関連技術に関する
事例の追加」を担当
審査第一部調査課 審査基準室
室長補佐 齋藤正貴





包丁でも国内トップシェアの貝印。
「関孫六」は、日本刀で有名な関(美濃)の伝統が現代の
家庭用刃物に受け継がれた同社の看板商品シリーズ。



Company Profile

包丁・カミソリのほか、
ビューティーケア用品など多彩な製品が
展示されたショールーム

【名 称】貝印株式会社
【本 社】東京都千代田区岩本町3-9-5
【資 本 金】4億5,000万円
【従業員数】412人
【事業内容】刃物を中心とするカミソリ、
ビューティーケア用品、キッチン用品、
医療用刃物等の製造・販売

貝印株式会社

高付加価値商品を開発するために 貝印が展開する知財戦略とは？

平成31年度 知財功労賞 知財活用企業（意匠）として表彰された貝印。

- ① 情報ソースとしての機能（技術文献）
- ② 独占排他権としての機能（権利書）

知財が持つ2つの本質的機能を使い倒すことが「知財マネジメントの神髄」とする貝印の今をレポートします。

110周年を機に大きな変革

各家庭やホテルのアメニティなどでほとんどの人が目にしたことがあると思われる、貝印のカミソリ。1908年創業、使い捨てカミソリや家庭用包丁などの国内シェアNo.1を誇る総合刃物メーカーです。その歴史も実績もある企業が、創業110周年を機に大きな変革を図りました。経営戦略本部を創設し副社長の遠藤浩彰氏が本部長に就任。将来的に社の要となるであろう部署として、2018年に知的財産部を立ち上げたのです。そして、知財担当の執行役員として着任したのが地曳慶一氏でした。

「こうした大胆な組織改革の裏には、向こう100年を戦い抜くために「刃物そのもの」「研究」「品質」、それを支える「知財」が中心にならなければならないという副社長の思いがあったのではないかと思います」と話す地曳氏。知財部門の基盤をさらに固めるために、9月に知財アナリストの高橋匡氏をスカウト。テクニカル面での知識もコンセプトユアルな知識も持ち合わせた高橋氏に白羽の矢が立ったのです。

貝印の商品開発の基準「DUPS」

貝印の商品開発の基準は「DUPS」。D = Design、U = Unique、P = Patent、S = Story & Safety を意味しています。この基準は、1998年に知的財産基本法が施行され

た頃に作られ世の中で知的財産権の重要性が認識されるより前だったとか。古くから意匠や特許を意識した商品作りを心掛けていたわけです。

さらに2018年に打ち出した中期経営方針の中に「知財強化」を導入し、真っ先に着手したのが「知財分析・コンサル機能」。各事業や新規参入領域のリスクチャンスを知財が中心となり発信し全社をリードすることを目指すために、その手法として必須だったのがIPランドスケープの使いこなしでした。

それまでは、社内には競合メーカーとの競争に対する疲弊感がありました。そこで、カミソリの競合企業が貝印所有の特許を見本として、様々な類似の出願をしていたことを、知財本部が社内に提示したところ、開発陣の若手が自信を

つけ、特許やアイデアを考えるようになったのです。

「開発のみならず全社的にIPランドスケープを使いこなすことが貝印の変革に必須と考え、その定着のために経営会議メンバー・関係部署へIPランドスケープ通信の定期発信を開始しました」と高橋氏は語ります。

水先案内人が知財の役目

このカミソリの事例では、自社技術の独自性が高く、出願当初はBlue Ocean※であったことを認識しておくべきだった、と両氏は考えます。自社技術が最初からBlue Oceanであることを見極め、それを維持・拡張する戦略を立てるための「先見力」が必要。世の中のトレンドやニーズを先読みし、自社の進むべき道を指し示す「水先案内人

機能」が知財部門の役目であり、そのためには商品企画や事業開始「前」の段階から知財部門が入り込むことが必須です。

「企画の前、もやもやしたものが頭の中にある段階で知財の情報を発信することでチャンスを作る。そうすればアウトプットが違ってくるはずです」（地曳氏）。

「経営会議メンバーとも共有し、IPランドスケープでこんなことまで分かるの？」と驚きの声がかかることも。一方で、競合も同じような視点の開発事例を進めていることが分かる場合もあり、エビデンスを示して「ぞれならここを深掘りしてみれば？」と、他社との差別化ポイントを提案するようにしています（高橋氏）。

IPランドスケープは、知財部員のシナリオ力と勇気が大切

では、IPランドスケープを活用する際にどのような注意点が必要なのでしょうか？

「パテントマップは過去のデータ。それに比べてIPランドスケープは、今後のシナリオ。これからの知財部員にはこのシナリオ力が必要」と地曳氏。経営陣に刺さる情報を提供するためには、もちろん内容自体が重要ですが、より大切なのが、「勇気・度胸・割り切り」であるとも指摘します。

「競合が今後どのような技術開発をするのかは、知財人財だったら当然予測できます。ところが、知財

部員はその予測が外れたときのリスクを恐れ、情報を経営陣に上げることができない場合も。ですので、我々は天気予報のように確率何パーセントと表現し、勇気を持って情報を提供します。受け取った経営側がその情報をどう感じ取り、どう判断するのが重要なのです」（地曳氏）。

今後目指す

「高付加価値の商品開発」とは

「IPランドスケープによって、自社の進むべき道を指し示す「水先案内人」機能により先見力を発揮する体制を目指す。当社の差別化ポイントを指し示し、それらを権利化し、差別化の「証」である知財権の価値をセールストークや消費者コミュニケーションへ活用し、顧客に伝えることが今後より徹底していくことだ」と話す地曳氏。「結局は、知財が持つ本質的な機能を使い倒すことが重要だ」とも。

この流れがしつかりとできれば、商品提案力が上がり、貝印商品を魅力的に思ってもらえるはずと考えからず。

さらに骨太なブランド戦略をするべく、商標の整理や、ネーミング開発においても知財の観点から提言をするなど新たな展開を進めています。同社グループ全体の今年度の目標として掲げる、「知財により裏付けられた高付加価値商品・技術を繰り出し続けることができる体制の確立」は着々と整っているといえるでしょう。



1 世界初の3枚刃カミソリや、貝印独自の3D首振りヘッドを搭載した「Xfit（クロスフィット）」など独自技術を開発

2 「知財活用企業（意匠）」の賞状。本社をはじめ貝印の国内拠点には受賞パネルが飾られている。貝印では、スタイリッシュな商品デザインや広告宣伝で付加価値を創出しデザインを企業価値向上の資産として活用している点、経営者が知財の重要性を理解・重視している点等が今回の受賞に。貝印の特許・意匠の件数（権利化済または今後権利化する可能性があるもの）は、国内外を含め特許が約370件、意匠が約550件。



株式会社幸呼来Japan

「裂き織で障がい者の雇用をつくり、地域の伝統技術を未来に繋ぎたい」をモットーに「裂き織×ビジネス」に取り組む。「裂き織」は古くなった布を細かく裂いて横糸をつくり、縦糸を通した織り機で一段一段織りこんでいく。「裂き織」の技術を習得した障がい者たちが、古い布に新しい息吹を吹き込み、独特の風合いを持つ商品を創り上げている。



裂き織で作ったカラフルなポーチやコースターなどは一部オンラインショップで販売

所在地 岩手県盛岡市安宿館町19-41 URL <http://saccora-japan.com/>
設立年 2011年 業種 製造業 従業員数 21人



知財総合支援アドバイザー 佐藤清子さん
東日本大震災の影響で事業継続に赤信号が点灯したときのスタッフを全力で守ってきた情熱、行動力、事業マネジメント能力の高さ、デザイン力の高さ、どれをとっても尊敬に値する社長さんです。経営者の鑑だな、と感心してしていました。社長さんだからこそできた事業だと思います。今後も更なる活躍を期待しています。



※土日・祝日は除く。各窓口により異なる場合があります

※意匠登録を受けるためには、意匠登録出願前に公に知られていないこと（新規性）が要件となりますが、意匠を公開された後に

INPIT 知財総合支援窓口へのご相談はこちら TEL 0570-082100 (8:30 ~ 17:15) URL <https://chizai-portal.inpit.go.jp/>



みんなのギモン？

大事な権利を守るために 特許訴訟制度の見直し がなされました！

なんで法改正が必要なの？

まず、特許法は発明の保護や利用を図り、発明を奨励して産業の発展を促進するための法律です。しかし、特許権は他の財産権に比べて侵害されやすいという特殊性があります。特許権に関する技術情報は公開されていますので、技術力さえあれば誰でも模倣できてしまいます。また侵害されても、その証拠が侵害した側にあることが多いので、証拠が集めにくいという特徴があります。そこで「侵害した者勝ち」になら

ない仕組みが求められていました。これまでも侵害の証拠を集めやすくする法改正はなされてきたのですが、諸外国に比べてまだまだ不十分な面があります。また、侵害した側が支払う損害賠償の額も、権利者側からすると納得感が低いという声も聞かれます。そのような状況では特に中小やベンチャーなど、資金力が十分ではなく独自技術が企業価値の大きな割合を占める企業、その技術の特許で保護して活用し会社を大きくしようとしている最中に模倣されても泣き寝入りせざるを得なくなってしまういます。それは、企業の成長の妨げにもなってしまう、日本経済全体としても好ましいものとはいえません。こうした状況を改善するために、特許法の改正を行いました。

どんなところを改善したの？

その1 「証拠収集をしやすく」するために「査証制度」を初導入！

特許にも種類があり、物そのものの特許や、物を製造する方法の特許もあります。特に後者の場合、競合他社の製品を分解しても、それが自社の製造方法の特許を使って製造されたものかどうか等が分かりません。侵害した証拠というのは、市場で流通している製品の中ではなく侵害したと思われる相手方の工場の生産ラインなどにあるわけで、そこに行ってみないと分からないことが多いのです。今までの制度でも裁判所が書類の提出を要求するなどではでしたが、それでは十分な証拠は得られない場合が少なく

その2 損害賠償額の算定方法を
見直し

これまで特許権侵害の損害賠償は、権利者側の生産・販売能力の範囲内でした。認められませんでした。もし、侵害した側が多くの製品を売って巨額の利益を得ていたとしても権利者の生産・販売できる能力分の金額しか支払わなくてよかったのです。そこで今回の法改正では、権利者の生産・販売能力を超える部分の損害も認められることになりました。

例として、侵害者が侵害した製品を1万個販売したとします。権利者の生産能力が低く、100個しか作れなかった場合、今までの制度では100個分しか損害賠償として認められませんでした。しかし、今後は侵害者が販売した残りの9千900個分についても、ライセンス契約があった場合に権利者に支払われたであろう金額が損害賠償として認められることになります。

今回の法改正で
どんな効果が期待できるの？

今後、特許権がしっかり守られることで「特許を侵害されてもどうせ十分な証拠を集めることができない」「訴訟にしても費用だけかかって回収ができない」など、今までは泣き寝入りしていたケースが少なくなることも、特許権の価値が適正に評価されるようになることを期待しています。

今回、訴訟制度を改善すべく、特許法が改正され、令和元年5月17日に公布されました。

「どう改正されたの？」
「どんな影響があるの？」など、

みなさまの 疑問に特許庁が 答えます！

特許庁 総務部総務課
制度審議室長 川上敏寛

ありませんでした。

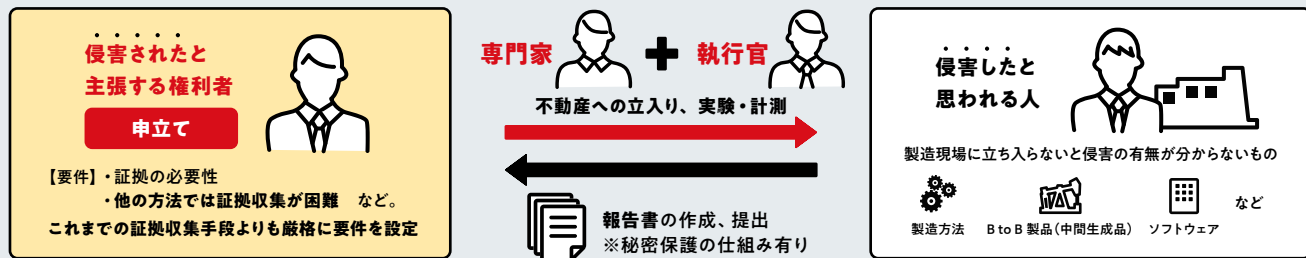
今回の査証制度では裁判所が中立的な立場の技術専門家に依頼し、侵害したと思われる相手方の工場などを訪れて製造設備等を調査して証拠を集め、その結果を裁判所に報告します。この査証制度によって権利を侵害していることを立証しやすくなると考えています。

一方で法改正について議論する中、工場などに立入り調査が行われることで侵害したと思われる側の営業秘密が漏れるのではないかと懸念されるのではないかと、という意見もありました。そのため査証が認められるための要件を厳しくして悪用を防ぐとともに、証拠として必要のない営業秘密は黒塗りにされる仕組みにしています。

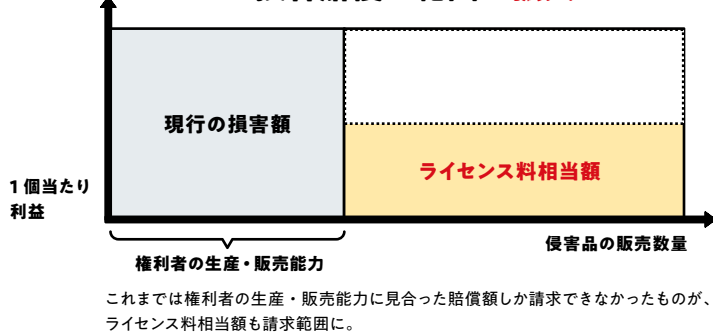
ちなみに諸外国では、証拠を収集するための強力な仕組みを有しているところがあります。例えばアメリカにはディスカバリー制度というものがあり、当事者同士が徹底的に情報を開示し合います。情報開示がないと裁判所からの命令が出され、従わなければ重いペナルティが課せられます。ヨーロッパには裁判所主導で侵害したと思われる相手方の工場などに立ち入り証拠集めなどを行うことができ、それを拒否すると刑事罰が課せられる国もあります。

今回の法改正ではヨーロッパの制度を参考にしながら、日本に合った形を導入しました。

【査証制度】の概要



損害賠償の範囲が拡大



権利を取ってもそれが守られなければ、権利を取るインセンティブがなくなり公開される技術が少なくなります。その結果、社会全体のイノベーションや技術開発が滞る恐れがあります。また、海外の人から見ると日本の権利に魅力を感じられないと、日本への出願が減ってしまう海外の技術に関する日本語の技術文献が減ることにつながるため、その点でも技術開発に支障が出てしまいます。今回の法改正は、そのような状況の回避にもつながるのではないかと期待しています。特許庁は今後も適切な特許訴訟制度のあり方について検討していきます。

Check
今回の改正の見直しポイントは2つ

- ① 「査証制度」を初導入！専門家による証拠収集・現地調査
- ② 得られる損害賠償額が増える可能性！

「地域ブランド総選挙」は地元
の学生が地域団体商標権者などを取
材し、地域商品やサービスの魅力
をSNS(※)で発信することにも、
今後の新商品や新ビジネスのアイ
デア・PR方法などを競い合うコン
テストです。学生たちの若い感性や企
画力によって、地域の商品・サ
ービスの魅力を発信し、一般の方々に
地域ブランドに目を向けてもら
うきっかけづくりが目的です。

これまで、気づかなかった自分た
ちの商品・サービスのブランド価値
や魅力、今後の課題を学生との交流
を通して発見できた事例も多数あ
ります。また、総選挙が終わっても
団体と学生たちとの交流が継続し、
若い世代が地域の産業に目を向け
る機会にもなっています。将来的に
は、雇用の循環と創出に発展するこ
とも期待できます。

一昨年の九州地域、昨年の東海・
北陸地域での開催を経て、3回目と
なる今回は東北地域で開催します。
今年、青森県、岩手県、宮城県、



SNSで新しい地域ブランドの魅力を発信していきます。

特許庁 審査業務部 商標課 地域ブランド推進室 右から渡辺航平、高橋直彦、姉川智恵



昨年12月に実施した

東海・北陸地域ブランド総選挙

Topics 2

東北地域ブランド総選挙

「地域ブランド総選挙」 今年は東北で開催！

「地域団体商標制度」の活用を通じて、地域ブランドの魅力を発信する
「地域ブランド総選挙」。学生とのコラボレーションで、
SNSなどを使い地域ブランドの魅力をPRします。

秋田県、山形県、福島県から18ブ
ランドが参加。特に今回は、初の試
みで参加学生チーム・団体が一堂に
会する「交流会」を8月1日に開催
しました。交流会を通して学生た
ちの商品やサービスに対する理解
が深まり、団体側のニーズにマッ
チした、より精度の高い企画が期待
できます。

9月2日からは学生が地域商品
やサービスの魅力をSNS(※)で
発信します。総選挙では、各チーム
による工夫を凝らした情報発信に
ついても見所の一つとなっていま
すので、ぜひSNS(※)のフォロ
ーをよろしく願っています。

総選挙の決勝戦は12月20日に仙
台市内で開催予定です。決勝戦で
はこれまで検討を行ってきた新商
品アイデアや新ビジネスプランに
ついてチーム毎にプレゼンテーシ
ョンを行い、ブランドや広報の専
門家による審査を経て最優秀賞を
はじめとする賞を決定します。地
域ブランドで地域を盛り上げたい
方、応援したい方、興味・関心のあ
る方や団体はぜひご来場ください
(入場はもちろん無料です！)。決
勝戦の約1ヶ月後の1月24・25日
は、仙台駅付近で地域ブランドを
一般の方にPRする展示会や試食
会を開催予定です。東北の地域ブ
ランドが一堂に会する貴重な機会
ですので、こちらもぜひ足を運ん
でみてください。

※Instagram®を使用



巡回特許庁のプログラムは、特許庁と各地域の経済産業局担当者が相談し決定しています。
特許庁 普及支援課 右から太田堯久、溝口努

「巡回特許庁」は、知的財産(知財)
をみなさまにより身近に感じて
いただくことを目的として、
全国各地で行うイベントです。

「自分には関係ない」と思われ
る知財を、より親しんでもらえる
よう企画しました。知財の「見方」
を変えることで、知財をビジネス
の「味方」にしたいいただくことを
コンセプトに、主に中小企業の方
を対象にして実施します。

プログラムは、1日約5〜6本
の集約型のセミナーイベントに、
多彩な講師をお招きして専門家
ならではの視点から講演してい
ただきます。基本概要は全国共通
ですが、各地域でその地域の特色
を出しています。例えば、旭川は
デザイン性の高い家具産業が集
積している土地柄です。デザイン
の視点をまちづくりに反映し、他
の産業にも広げていこうと注力
しているの、セミナー講師もデ
ザインに関する業界の第一線で
活躍している方をお招きしてい
ます。

Topics 1

知財のミカタ

今年は全国10都市、 特許庁が出張します！

今年度で5回目を迎える「巡回特許庁」。今まで開催していない
都道府県も、順次巡れるよう令和元年度は全国10都市で開催します。
ぜひ、お越しください。

10月以降の開催予定 令和元年度知財のミカタ ～巡回特許庁～

名古屋・大阪・新潟・長崎・岡山・
松山・沖縄(うるま・八重山)



詳しくはこちらから



さらに、「何でも相談コーナー」
を設け知財に関する相談のほか、
経営相談にも対応します。セミナ
ーや「何でも相談コーナー」に特許
庁の審査官が出向くのも大きな
特徴です。

また、巡回特許庁ではもう一つ
出願人や代理人等の近隣地域に
審査官が同って面接を行う「出張
面接」の浸透を目的として、イベ
ントの開催から約4週間を集中実
施期間に定めています。特許や意
匠を出願後、審査の過程で審査官
に対して直接説明することで、出
願内容を効率よく伝えられるメ
リットがあります。こうしたイベ
ントをきっかけにして、知財を広
くビジネスにご活用ください。



令和元年度 知的財産権制度説明会(実務者向け)・特許法等改正説明会・意匠審査基準説明会

知的財産の業務に携わる実務者の方を対象に、特許、商標の審査基準・運用や企業活動をグロー
バルに展開していく上で重要となる国際出願手続等について、特許庁等の職員が説明します。
また、令和元年5月17日に公布された「特許法等の一部を改正する法律」の内容について詳しく
解説する「特許法等改正説明会」、改正意匠法を受けた意匠の審査基準・運用についてわかりや
すく解説する「意匠審査基準説明会」も併せて開催します。

詳細はこちらから
ご覧ください▶▶



特許庁の最新情報はコチラをチェック！



特許庁HP



特許庁Twitter



特許庁メルマガ登録



※本冊子は、グリーン購入法に基づく判断基準を満たす紙を使用しており、「Aランク」のみを用いているため、「紙へのリサイクル可」

とっきょ vol.43

発行：2019年10月7日
制作：特許庁広報室

お問い合わせ 03-3501-6792

(特許庁広報室直通) ※平日9:00〜17:30

ウェブ版は
こちらから！
バックナンバー
も掲載



あのととき、あの知財

大ヒットの裏側を探る!

長年愛されているロングセラー商品や、一大ブームを巻き起こしたヒット商品には、
 そうなるべき理由がありました。商品の魅力やそれを支える知財のエピソードをひもときます。

取材・文＝岡田知子 (BLOOM)



いつでも新鮮® しぼりたて生しょうゆ

キッコーマン株式会社 **kikkoman**

2011年
 発売

登録商標 第5860508号
 第0050131号
 第5318300号
 第5032970号 ほか

「ダブルフレッシュ」をコンセプトに、酸化を防ぐ密封容器に
 詰めたしぼりたての生しょうゆ。開栓後、常温保存で
 90日間新鮮な味わいを保つことができる。

ヒットのワケ

近年、素材の風味を生かした新鮮な味が好まれる傾向がある中、この生し
 ょうゆはまろやかな味わいや風味を長期間楽しめるのが特長。「やわらか密
 封ボトル」は酸化を防ぐだけでなく、1滴から欲しい分まで注ぐ量を自在に
 調整でき、使いやすさも人気の秘密だ。形状も、昔ながらのガラスの「し
 ょうゆ卓上びん」(写真右)のなめらかなシルエットを踏襲している。



業界の概念を変えた「生しょうゆ」と
 100年以上変わらぬ「萬」マーク

2011年に発売された「いつでも
 新鮮® しぼりたて生しょうゆ」
 の卓上ボトル。しぼりたての生し
 ょうゆの鮮度を長く保つ特性で、し
 ょうゆ製品に革命を起こした。

近ごろ、さまざまな食のジャンル
 や各国の食材が身近になり、日本人
 のしょうゆの嗜好も多様化してい
 る。そんな中、生まれたのがフレッ
 シュな味わいを楽しめる生し
 ょうゆだ。だが、火入れ(加熱処理)を
 しない生ししょうゆは味や色の劣化
 も早い。そこで、しぼりたての新鮮
 な味わいを食卓に届けるため、空気
 を通さない二重構造の「やわらか密
 封ボトル」やダブル逆止弁キャップ
 などを開発。素材の味を生かしたま
 ろやかな生しょうゆの鮮度を長く
 保つことに成功した。権利面では、
 ボトルに関わる技術とデザインを
 特許権・意匠権で保護すると共に、
 商品名「いつでも新鮮」も商標登録。
 「いつでも新鮮」シリーズの商品ラ
 インナップを拡充し、さらに、し
 ょうゆ市場の活性化を図ってゆく。

キッコーマンといえば、六角形の
 「萬」マークでも知られている。これは
 明治時代の1912年以来、100
 年以上登録が続く商標の一つで、



後の特許局初代長官・高橋是清が明
 治天皇に商標保護の説明をした際
 も、このマークが使用された

1820年頃から使用。「亀甲山」
 と呼ばれる丘に鎮座する千葉県香
 取市の香取神宮が有する神宝「三
 盛亀甲紋松鶴鏡」の亀甲紋様を図
 案化したものと伝わる。海外進出
 に伴い、178の国と地域で商標
 出願・権利化対応※。地域によっ
 ては模倣品が多発しており、監視・
 対応にも積極的に取り組んでいる。
 なにより、口に入る食品は安全、
 安心が第一。万が一、模倣品を口
 にして健康被害が生じたり、間
 違ったしょうゆの先入観を持たれ
 たりすることは許されない。消費
 者に間違いなく本物を手に取って
 もらい、日本文化を正しく伝え、
 守っていく。百余年、大切に守り
 続けてきた「萬」マークにはそん
 な使命も息づいている。