

先端技術の結晶! ~ゲーム特集~

とっまよ

45



2020.3.9発行

特集1

ゲームと先端技術の
融合領域から見える、新たな可能性

特集2

ゲーム業界における知財とは?
SIEが描くビジョンを紐解く

知財活用企業紹介 vol.3

株式会社スノーピーク

INPIT知財総合支援窓口へようこそ!

名田植物園

商標出願の審査期間を大幅に短縮できるチャンス!

「ファストトラック審査」



ゲームと先端技術の 融合領域から見える、 新たな可能性



特許情報から読み解くゲーム業界

ゲーム業界は、特に、ファミリーコンピュータがヒットして以来、日本がけん引してきたと言える業界です。ゲームへは常に最新技術が搭載されてきましたが、近年注目を集めるAR(拡張現実)・VR(仮想現実)・MR(複合現実)などの先端技術との融合および今後のトレンドについて探ってみました。

【執筆】株式会社イーパテント 代表取締役社長/知財情報コンサルタント 野崎篤志

ゲームとは先端技術の結晶

【図1】コンピュータゲームの分類

※図中の商品名、社名は2014年調査時のもの 注：モバイル機器向けのOSを開発・提供

| プラットフォーム | ハード分類 | 主なハード（ハード会社） | ゲームの分類 | 総称 |
|----------|------------------|--|---|------------|
| コンシューマー | 据置型 | <ul style="list-style-type: none"> PlayStation 3 / PlayStation 4 (ソニー・コンピュータエンタテインメント) Wii U (任天堂) Xbox 360 / Xbox One(Microsoft) | 据置型ゲーム | コンシューマーゲーム |
| | 携帯型 | <ul style="list-style-type: none"> PlayStation Portable (PSP) / PlayStation Vita (ソニー・コンピュータエンタテインメント) ニンテンドー3DS (任天堂) | 携帯型ゲーム | |
| PC | オフライン | <ul style="list-style-type: none"> Windows PC(Microsoft) Macintosh(Apple) | <ul style="list-style-type: none"> PCオフラインゲーム PC向けソーシャルゲーム | PCゲーム |
| | オンライン | | PCオンラインゲーム | |
| モバイル | 携帯電話 (フィーチャーフォン) | <ul style="list-style-type: none"> フィーチャーフォン (iモード, EZweb, Yahoo!ケータイ) | <ul style="list-style-type: none"> アプリゲーム フィーチャーフォン向けソーシャルゲーム | モバイルゲーム |
| | スマートフォン | <ul style="list-style-type: none"> iPhone(Apple) Android端末(Google[®]) iPad(Apple) Androidタブレット(Google[®]) Kindle Fire(Amazon) 他 | <ul style="list-style-type: none"> スマートフォン向けソーシャルゲーム スマートフォンゲーム ネイティブアプリ | |
| | タブレット端末 | | | |

※1 NewZoo, "Global Market Report", <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>

技術革新とゲーム市場の変化

一口にゲームと言っても、【図1】に示すように「コンシューマーゲーム」、「PCゲーム」、「モバイルゲーム」に分類することが出来ます。これら3つを合わせたゲームの市場規模は2018年には1379億ドル(約15兆円)、21年には1801億ドル(約20兆円)に達すると予想されています。中でもモバイルゲームの市場の伸びは著しく、18年ではゲーム市場の約50%が、21年には約60%がモバイルゲームによって占められると予想されています。*

30〜40代の方は83年に任天堂から発売されたファミリーコンピュータ(以下、ファミコン)で遊んだ方も多いのではないのでしょうか。コンシューマーゲームでは任天堂(ファミコン、スーパーファミコン)などやセガ(セガ・マークIII、サターン、ドリームキャストなど)、ソニー・コンピュータエンタテインメント(現SCE、プレイステーション)などの日本企業が市場をけん引してきましたが、00年代に入り

アメリカのマイクロソフトもXboxで市場参入を果たしています。一方、10年頃から中国企業の存在も増してきました【図2】。

これは07年にアップルからiPhoneが発売され、モバイルゲーム市場が急激に立ち上がったことによるものでしょう。

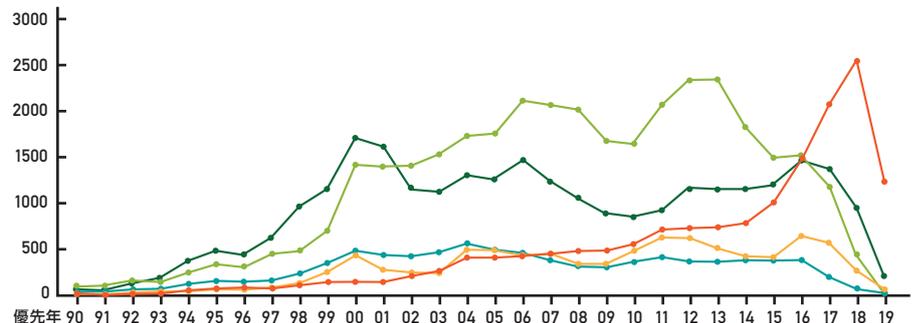
コンシューマーゲームから現在のモバイルゲームへのシフトは、グローバルにおけるゲーム関連特許の出願人ランキングの変遷を見ていただくと明白です。

99年以前、00〜09年、10年以降の3つの期間で区切ったランキングを【図3】に示しました。

99年以前はバンダイナムコをはじめとした日本企業がトップ5を独占していることが分かります。一方、10年以降になると、中国のネットイースや、日本のグリー、ディー・エヌ・エーといったモバイルゲーム企業が上位にランクインしていることが分かります。

【図2】ゲーム関連特許件数推移 (2018~2019年出願分は未確定値)

ファミリー数 ◆ JP ◆ US ◆ EP ◆ CN ◆ KR



データベースはDerwent Innovationを用いて、検索の母集団はALLD=((VIDEO ADJ GAME?) OR (ONLINE ADJ GAME?) OR (SOCIAL ADJ GAME?) OR (ELECTRONIC ADJ GAME?)) OR AIC=(A63F0013)



【図3】ゲーム関連特許出願の企業ランキング（1999年以前、2000～2009年、2010年以降）
※図中の社名は、Derwent Innovationに登録されている社名をイーバテントで名寄せ

| ～1999 | 2000～2009 | 2010～ |
|---------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| バンダイナムコ 867 | ユニバーサルエンターテインメント 1962 | コナミ 1678 |
| セガ 607 | コナミ 1863 | ソニー 1166 |
| スクウェア・エニックス 478 | IGT(米国) 1713 | バンダイナムコ 988 |
| コナミ 353 | バンダイナムコ 1403 | ネットイース(中国) 890 |
| ソニー 310 | ソニー 1267 | グリー 856 |
| IGT(米国) 196 | 任天堂 1050 | テンセント(中国) 794 |
| 任天堂 153 | スクウェア・エニックス 962 | 任天堂 781 |
| カシオ計算機 136 | ARISTOCRAT LEISURE(オーストラリア) 670 | コロブラ 729 |
| ユニバーサルエンターテインメント 87 | セガ 657 | スクウェア・エニックス 702 |
| WALKER INNOVATION(米国) 66 | マイクロソフト(米国) 638 | マイクロソフト(米国) 651 |
| フィリップス(オランダ) 63 | BALLY TECHNOLOGIES(米国) 551 | ARISTOCRAT LEISURE(オーストラリア) 594 |
| BALLY TECHNOLOGIES(米国) 60 | WMS INDUSTRIES(米国) 445 | セガ 587 |
| NEC 53 | サムスン電子(韓国) 297 | ディー・エヌ・エー 486 |
| イマージョン(米国) 49 | アルゼ 254 | IGT(米国) 424 |
| マイクロソフト(米国) 46 | IBM(米国) 235 | ジンガ(米国) 406 |

ゲームと先端技術の融合

もう一つ注目していただきたいのが、99年以前にNECが上位にランクインしている点です。これは【図4】に示すようにゲーム機は様々な要素技術から構成されており、各社のゲーム機には販売当時における先端技術を搭載していたからだと考えられます。

NECグループは87年にハードソンと共同開発でPCエンジンを取売し、さらに88年には世界初の家庭用CD-ROMゲーム機を

市場投入しました。

他にはモデムを内蔵することでインターネット接続を可能にしたセガのドリームキャスト。ゲームソフト供給メディアとしてDVD-ROMを採用したSIEのプレイステーション2

は、市販のDVDビデオを視聴可能としたことで、DVDプレイヤーの普及につながりましたし、プレイステーション3ではブルーレイディスクへの対応と、時代の最先端技術が惜しみなく投入されているのが、ゲーム機の特徴で

す。これは、現在のIT環境の進化と符合しています。

それでは、最近のゲーム機における技術トレンドはどのようなものなのでしょうか？

【図5】にはゲーム関連特許と最近注目されている各種先端技術の関係性について示しました。

00年以降のゲーム機関連で出願件数が多いのは、ナイアンティックのポケモンGOに代表されるAR・VR・MRです。そのほかに、まだ出願規模は大きくありませんが人工知能やヘルスケア、ウェアラブル、ブレインテックとゲーム機の融合についても出願が増加しており、今後、この分野で新たなゲームやサービスが登場してくると予想できます。

例えば、ヘルスケア分野では、ゲームの要素を取り入れた予防医療や健康増進に関するビジネスが増えています。今後は、子どもや高齢者だけでなく忙しいビジネスパーソン向けにもビジネスが拡大し、製薬企業・医療機器メーカーだけでなく、病院などでもゲームを活用する事例が増えるのではないのでしょうか。

ウェアラブルについても各種デバイスが登場していますが、触覚に関する技術を持つイマージョンのようなハプティクスデバイス企業がゲームに用いられるウェアラブルデバイスを

【図4】電子ゲームの要素技術 ※平成30年度特許出願技術動向調査報告書 電子ゲーム



発表しており、ゲーム企業以外の参入も見られます。

ブレインテックについては脳波を活用したゲームが見られますが、最近では高齢者の老化防止や研修などへ適用する例もあり、今後、ヘルスケアとの連携が一層進むと思われる。

新たな企業が浮かび上がるAR・VR・MR分野

特許出願の数が多いということはそれだけ様々な企業が研究開発を行っており、有望領域であるといえます。しかし、単純に特許出

願件数が多ければ、それだけ他社から注目される技術を持つているとはいえません。

特許には被引用回数(後から出願された特許にどれだけ引用されたか)により、その特許の重要度・注目度を測る方法があります。

図5(a)で件数の一番多かったAR・VR・MRについて、ゲーム機分野における関連特許上位出願人の累積ファミリ数と、1ファミリあたりの平均被引用回数のマップを【図6】に示しました。SIEやバンダイナムコなどがゲーム機・ゲームソフトメーカーは関連のゲーム特許出願が多いのは理解できますが、ゲームメーカーではないキヤノンが1ファミリあたりの被引用回数では突出しています。

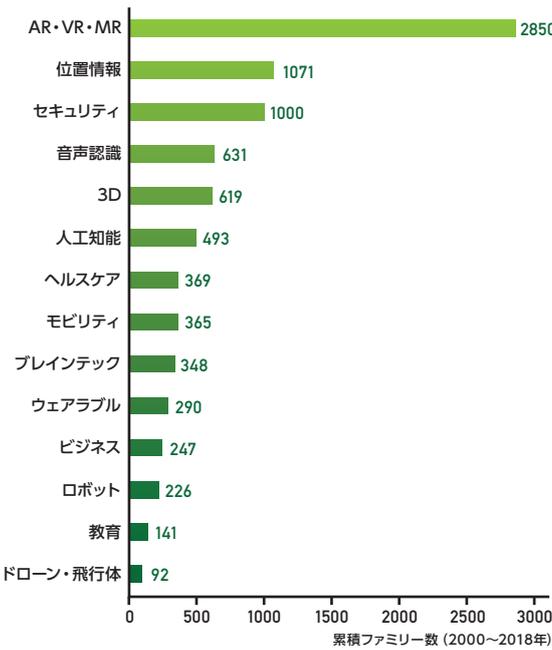
キヤノンの出願を見てみると、スポーツゲームにおけるAR・VRカメラの制御やHMD(ヘッドマウントディスプレイ)・HUD(ヘッドアップディスプレイ)に関する技術が多いように思われます。

またキヤノンに次いでリアルコムなどもAR・VR関連のゲーム特許出願を行っており、ライブイベントのARのようなゲーム関連の出願のみならず、AR・VR空間における仮想音の生成やゲーム用途だけに限定しないAR・VR具現化技術の出願が

【図5】ゲーム機における先端技術との融合

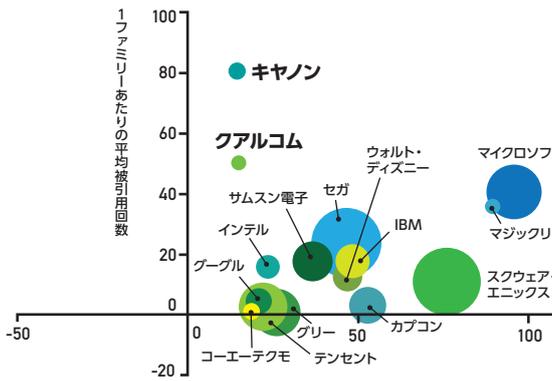
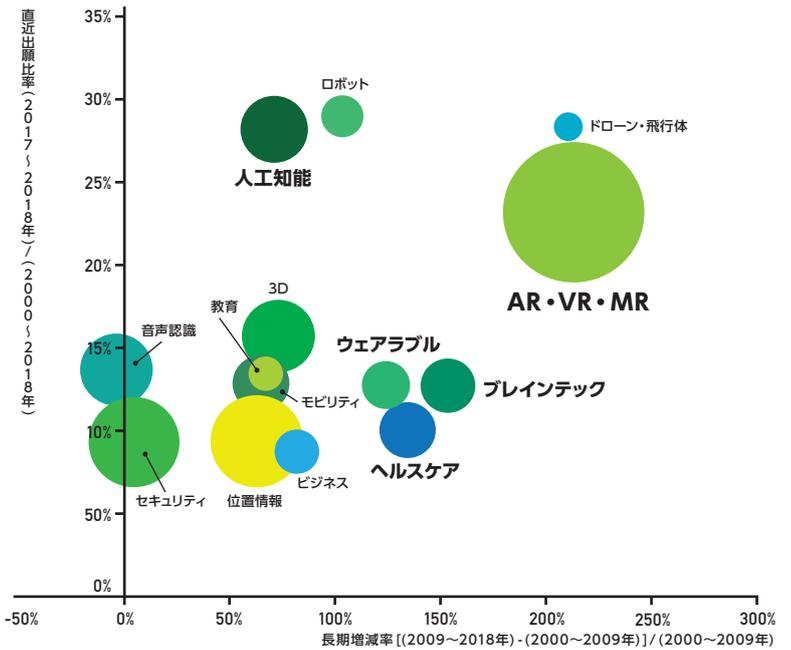
■図5(a)

母集団に対して、各技術を意味する「発明の名称」または「DWPIタイトル」に含まれるキーワードと各技術に関連する特許分類で絞り込みを行った件数の合計



■図5(b)

横軸に長期増減率、縦軸に直近の出願比率を取っており、右上に位置する技術ほど出願件数の伸びが著しいことを示している。またバブルサイズは2000年以降の累積ファミリー数である。



【図6】ゲーム機分野におけるAR・VR・MR関連特許の上位出願人と被引用回数
※バブルサイズは、各社のゲーム関連特許総ファミリー数

「異種格闘技」戦のゲーム業界
これまではゲーム会社（ハード・ソフト）がゲームを開発・特許出願するという業界構造でしたが、今後はキヤノンやクアルコムのように従来はゲーム業界ではなかった企業も自社の技術の強みを活用してゲーム業界に参入する「異種格闘技」戦になる可能性があります。

さらに、もともとゲームはその時々先端技術を取り入れて発展してきましたが、ゲームの種類が多様化した現在、中小企業、スタートアップなど、様々な規模の企業が自社の強みの技術を活用して、ゲーム業界に参入するようになっており、今まで以上にその野が広がってきたと言えるかと思えます。

様々な分野、業界に広がりを見せるゲーム業界の動向に、今後も注目していきたいと思えます。

多いように思われます。

さらに、AR・MRデバイスを開発しているスタートアップで、NTTドコモやグーグルからも資金調達しているマジックリープの出願も多く見られます。

このように、先端技術とゲームとの融合においては、ゲームメーカーの出願動向だけを把握すれば良いというわけではないことが分かります。



株式会社イーパテント
 代表取締役社長 / 知財情報コンサルタント 野崎篤志 氏
 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准教授

「知財情報を組織の力に」をモットーに、知財情報をベースとした各種戦略コンサルティングおよび人材育成サービスを提供する知財情報コンサルタント。

ゲーム業界における知財とは？

SIEが描くビジョンを紐解く

プレイステーション®という金字塔を打ち立て、ゲーム業界に旋風を巻き起こしたソニー・インタラクティブエンタテインメント(SIE)。瞬く間に業界を牽引する存在へと上り詰め、今なお成長し続ける企業が描く「知財活用の過去・未来」を伺いました。

特集

02



ゲーム業界に旋風を
巻き起こした
プレイステーション

1980年代までの日本のゲーム業界は、任天堂とセガという二大プラットフォーマーの元にゲームソフトウェアメーカーがしのぎを削る戦国時代でした。そこへ颯爽と現れたのがSIEのプレイステーションです。

初代プレイステーションは、94年に発売が開始されてから現在までに、全世界で1億240万台以上を売り上げ、ゲーム業界に金字塔を打ち立てました。

その後継機であるプレイステーション®2は、2012年3月には全世界販売台数が1億5500万台を突破し、全世界で最も売れたゲーム機ともいわれています。そんなプレイステーションの開発・販売を担うため、93年に設立されたのが「ソニー・コンピュータエンタテインメント」。

16年4月1日にはネットワークサービスを主軸とした「ソニー・ネットワークエンタテインメントインターナショナル」と統合され、社名も「ソニー・インタラクティブエンタテインメント」と改められました。

ハードウェア、ソフトウェア、コンテンツおよび急成長するネットワークビジネスにおいても競争力が大幅に強化されたSIEに、知財への考え方を伺います。

ゲーム業界における 知財活用とは？

「ゲーム業界では、ハードウェア面でもソフトウェア面でも技術が進むことでどんどん複雑化してきていますよね。その影響なのか、業界内での知財訴訟の数は増えてきているように感じられます。ですから、かつてに比べれば業界全体での知財に関する意識は、高まってきているのではないのでしょうか？」

弊社の知財業務の根幹にあるものは、自社のビジネスに貢献することと、市場を活性化させるということです。従って、他社による権利侵害行為に対しても、この2つの観点を基準に対応方針を検討します。



「自社の利益を守りつつも、業界の活性化を妨げないことが大切なんです。」と語る知的財産部の瀬之口氏。

ゲームという性質上、どうしても似たようなものは出てきます。

弊社はゲームソフトウェアメーカーとしてだけでなく、ゲーム機本体など「場」を提供するプラットフォームメーカーとしての立場もありますから、ただ似ているからやめてくれというよりも、マーケットに対して悪影響を与えるようなものかどうかを合わせて判断しています。」

SIEの 知財活用について

「弊社では、『商標』『意匠』はもちろん、『意匠』もブランド戦略に使用しています。コピー商品の対策としても有効です。



コントローラーひとつにも複雑なシステムが搭載されるため、様々な知的財産権が含まれている。

そして『商標』『意匠』では対応しきれない部分を『特許』でカバーするという感じでしょうか。特許出願に関しては、開発者とのコミュニケーションを密に取り、新しい技術については積極的に権利化を検討します。

また、ひとつのプラットフォーム世代が現役でいる平均年数は6年間以上と、かなり長い期間を担っていますから、他者の知的財産権を侵害しないよう、権利のクリアランスは徹底しています。参入してくれているゲームソフトウェアメーカーさんが、安心して開発できる環境を提供すること。それがとても大切なことだと考えています。

ですから出願の数にはあまりこだわらず、あくまで質を重視していますね。」

今後の展望について

「今後は、ネットワークサービス関連の知財が増えると思います。半導体を中心に、自社で開発した最先端のハードウェア技術を用いたプレイステーション®3の世代までは、その技術を囲い込む特許権利網の構築が重要でしたが、プレイステーション®4の世代では、ネットワークサービスとソフトウェアによるプラットフォームの差異化が重要となってきました。」

知財としても、権利で囲い込むというよりは、様々な局面で利用できるツールとしての価値を高める活動に注力しています。

具体的にはクラウドゲームやeスポーツの領域あたりでしょうか。日進月歩の業界ですから、常に確な対応ができるよう準備しておくことが重要です。

今後、知財の重要性は増してくるでしょう。」

国内のみならず、海外の市場においてもゲーム業界を牽引し続けているSIE。プラットフォームだからこそ、広い視野から見据えられた未来には、誰もが楽しめるゲームの世界が拓けています。

待望の次世代コンソールゲーム機プレイステーション®5の発売を今年の年末商戦期に控え、SIEの快進撃はまだまだ続きそうです。

Company Profile

業界に革新をもたらしたプレイステーションで世界中に影響をもつゲーム界の巨人

- [名称] 株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント
- [本社] 東京都港区港南1丁目7番1号 ソニーシティ
- [資本金] 1億1,000万円
- [従業員数] 社員：約1,900名 (2019年3月末時点)
- [事業内容] プレイステーションに関するハードウェア、ソフトウェア、コンテンツ、ネットワークサービスの企画、開発、販売・toio (トイオ) およびソフトウェア、コンテンツの企画、開発、販売



知的財産部 特許課 課長 坂友恵氏(左)
知的財産部 部長 瀬之口良輔氏(中)
知的財産部 特許課 弁理士 佐竹隆史氏(右)



本社エントランス。ソニーグループ全体のショーウィンドウとしての役割もあるため、思わず見学したくなるほど、華やかな雰囲気。



新潟県の燕三条を本拠地として、地元に着した製品開発にこだわり続けるスノーピークの本社。
※2019年10月現在

株式会社スノーピーク

自らがユーザーになり 自らしたい体験を世に送り出す

国内生産にこだわり、高い品質と優れたデザイン性で
アウトドアのビギナーから玄人まで幅広く支持されているスノーピーク。
ユーザー視点で課題を発見し、製品・サービスを生み出す「デザイン経営」を、
意識せずとも実践している、その秘訣に迫ります。



Company Profile

自らもユーザーという立場で考え抜かれた
製品は、革新的で独創的なものが多い。

- [名称] 株式会社スノーピーク
- [本社] 新潟県三条市中野原456
- [資本金] 10億7,003万円(2018年12月末時点)
- [従業員数] 社員: 341名(2018年12月末時点)
- [事業内容] アウトドア製品の開発・製造・販売
アパレル製品の開発・販売

開発のきっかけは、自身が使う
道具に満足できなかったから

平成31年度、特許庁『知財功労
賞』に新設された『デザイン経営
企業』カテゴリーで、特許庁長官
表彰を受賞したアウトドアブラ
ンドの『スノーピーク』。

徹底したユーザー目線で開発
された製品の数々は、使い勝手の
良さのみならず、そのデザインの
秀逸さと高い品質によって、多く
のキャンパーたちに支持されて
きました。キャンピングを愛する人
が集結する同社の開発理念は、自
らもユーザーとして、自分たちが
欲しいと思う革新的な製品を作
ること。その製品を通して、キャン
ピングを楽しむ人と人とのつながり
が強くなる体験価値。さらにそ
の体験を通じて人生価値を高め
ることが重視されています。

この、キャンパーがキャンパー
のために作り出した製品は、まさ
に『痒い所に手が届く』仕上がり
として、多くのユーザーに支持さ
れているのです。これこそ意識せ
ずともデザイン経営を実践して
いるといえるのではないでしょ
うか？

そこで今回は、スノーピークの
魅力的な製品開発における姿勢
や、知財に対する意識についてお
話をじっくり伺いました。

「そもそもスノーピークは、登山
愛好家でもあった創業者の山井



執行役員 人事管理本部長 CHO 青柳 克紀氏。

幸雄氏が金物問屋を立ち上げた際に、当時の道具に満足できず『本当に欲しいものを自分でつくる』という志の下、オリジナルの登山用品を開発したことはありません。

一人で企画・開発を行い、自らの足で工場を探して試作。その試作品を片手に営業をかけて量産までこぎつけた。この精神が今も根付いているのです。現在も開発の担当者は、アイデア出しから製品が量産されるまでの工程を全て一人で行います。

そしてもう一つ大切にしているのは、地元とのつながりです。新潟県の燕三条で、職人さんたちとともに作り上げるからこそ、製品に対する愛情や責任感も強まっていると思います。

商標登録は、1963年に登録された『Snow Peak』のロゴが始まりで、会社名や製品名、ブランド名などは商標登録していません。特許や意匠は、開発担当者が自分たちが欲しいものを純

粋に追求していくことで、新しいものを思いつく。それを願って権利化するという流れです。」

企業として拡大するなか、これまでとは違う組織作りが必要となってきた

設立当初は15人ほどであった同社も、今や数百人規模の大所帯。当然ながら組織として、これまでと同じ経営方針でいられるはずもないと思いますが…。

「それはご指摘の通りですね。長い年月続けていけば、当然ながら昔からいる社員の年齢はありますから、給料も高くなります。通常の企業であれば、年齢とともに管理職となり、経営を意識した働き方が求められますよね。弊社も以前はそういう形式をとっていました。クリエイティブ職という今風

の響きですけど、かつての言葉を使うなら職人です。そもそもモノづくりが得意な人が、人を育てたり、管理したりすることが得意とは限りませんよね。年齢を重ねたら管理職にならないといけないというのは、その人のポテンシャルを活かしきれないので

は？そういう考えから、現在ではクリエイティブ職を専門に続けられる役割を新たに設けました。しかもクリエイティブ職としての給料には、上限を設けていないんです。実績ベースでの査定ですから理論上は社長よりも高給取りになることができます！まあ、流石に社長よりも高い人はまだ存在していませんが（笑）。あくまで、社員の特性や自発性を尊重した環境づくりを意識した結果といえますね。

さらに、オートキャンプ事業を立ち上げてから約30年、『スノーピークウエイ』というミッションステートメント（運営理念）を昨年初めて改訂しました。『自然指向のライフスタイルを提案し実現する』から、『自然指向のライフバリュー（人生価値）を提案し実現する』へと変えています。自然と人、人と人とのつながりを通じ、人生価値を高めていきます。

キャンプを取り巻く環境や時代の変化、弊社のビジネスフィールドが広がってきたことなどもあり、私たちの志をより正しくお伝えするためです。」

国内市場の充実化と、海外市場での展開強化

「日本のキャンプ人口は6・7%といわれています。私たちは自然と触れあうことで、人間の回復ができるという考えの下、残りの93%の方にも『自然に出れば解決できることがあるかもしれない』ということを伝えていきたいと思っています。

その思いは国内に限らず、海外の方へも発信していきたい。そういった意味でも、今後は海外市場での展開も強化していくつもりです。例えばアメリカでは弊社はチタンのコップで知られているんですけど、小物を専門に扱っているのではなく、アウトドアの総合的なメーカーであることの認知を拡大していかなければなりません。

そこで前述の『スノーピークウエイ』の変更が関わってくるわけです。海外展開を強化するにあたって、スノーピークが何を伝えたいのか？ 原点に立ち戻って、自社のブランドデザインを見直している最中です。

キャンプ文化が成熟しているアメリカでも、日本で築いてきた『おしゃやれで快適なキャンプ』を提案していきたいと思っています。」

モノから顧客体験へ、それも人生価値を高めることを決意表明したスノーピークのさらなる挑戦は続きます。



現在の焚き火ブームの火付け役となる、地面を痛めない「焚き火台」を発表。



アウトドアに限らず、インドアでも使用しなくなるスタイリッシュなデザイン。このデザイン性の高さも魅力のひとつ。



広大なキャンプ場内に建てられた本社の社屋では、いつでも開発製品の使い勝手を試すことができる。まさに理想の環境。

INPIT 知財総合支援窓口へようこそ!

【第⑧回】ノウハウや生産方法を秘匿する知財戦略

なた
名田植物園



名田植物園

「植物を通して、思いやりの心」等豊かな社会作りに貢献します。「植物に声かけながら癒やしや生命の誕生など感動を導く手助けをします。」を会社理念に掲げ、観葉植物や多肉植物等の生産を行っている。「人に優しい植物達の提案」を目指し、消毒を行わず輸入した種子を、農薬を使わずに発芽させるなど、高品質の商品を提供している。



1gあたり約7880万個の乳酸菌が含まれている猫草「ネコすっき」はリピーターも多い。

所在地 福岡県筑紫野市阿志岐1108-3 URL <https://www.na-ta.net>

設立年 1973年 業種 農林水産業 従業員数 7人

Point

※知財戦略アドバイザー：営業秘密管理や権利化・秘匿化をはじめとする知財戦略に関する専門家。



知財総合支援アドバイザー **花田好子**さん

◁窓口担当者より 相談者より▷

猫草の栽培容器の特許出願や、商品名の商標登録出願に関するものが最初のご相談でした。日々のお仕事だけでも相当にお忙しい中、知財に関しても全力で取り組まれている名田さんの姿勢は素晴らしく、今では従業員の方々と一丸となって営業秘密を実践していらっしゃいます。「ネコすっき」の高い品質と知財の知識によって、今後の更なる活躍を期待しています。



名田植物園代表 **名田英輔**さん

常に相談をしており、これまでに6つの商標登録を支援いただいています。権利取得の支援だけでなく、営業秘密として秘匿などの提案もいただきました。目に見える商品自体は権利化(=公開)することで保護し、見えないノウハウや生産方法については、営業秘密として秘匿して社員全員で管理する。新商品への横展開もできる仕組みをつくりあげることができ、とても助かりました。

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/>

※土日・祝日は除く。各窓口により異なる場合があります



みんなのギモン?

ファストトラック審査

商標出願の審査期間を大幅に短縮できるチャンス!

商標出願から約6か月で、最初の審査結果通知を受け取れる新しいファストトラック審査が、令和2年2月1日からスタートしました。

増加傾向が続く商標の出願

2018年の商標出願件数は約18万4千件。これは2013年の約1.6倍です。

年々増加傾向にあるなかで特筆すべき点は、個人・中小企業による出願が増えているということです。個人・中小企業による2018年の出願件数は2013年に比べて約1.8倍に増加しています。これは、ブランド戦略の重要性や商標権に関するニュースがメディアに取り上げられるようになったり、様々な普及活動が行われたりした結果として、個人や中小企業の方々の商標に対する意識が高まってき

たことが要因のひとつとして考えられます。

その一方で、近年の商標出願件数増加の影響により、最初の審査結果通知までの期間（FA期間）及び権利化までの期間（TP期間）が延びる傾向にあります。

2013年度のFA期間の平均は4.3か月であったのに対して、現在は、通常12か月程度かかる見込みと3倍弱の時間を要するようになっていきます。

そのため、企業にとつて、商標権の取得が遅れるのみならず、いつ審査されるのかの予測が難しく、事業計画が立てにくいなどの問題が発生しました。

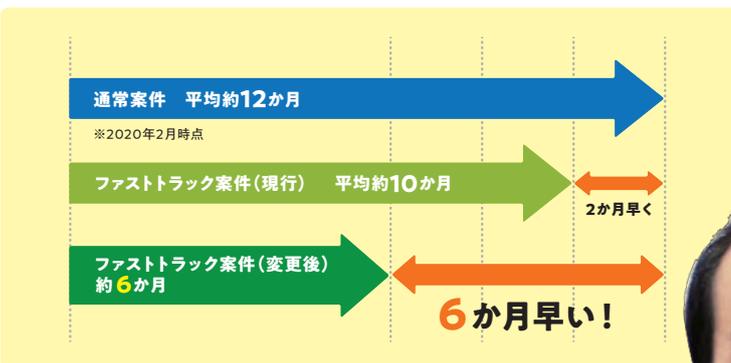
そこで、そうした問題を解消するため、審査期間を大幅に短縮できる新しい「ファストトラック

審査」がスタートしました。詳しくご紹介いたします。

審査期間を大幅に短縮する新しいファストトラック審査とは?

従来のファストトラック審査は、「通常の審査より審査期間が2か月程度短縮される」というものであったため、通常審査の進捗状況に影響を受けることになり、いつ審査の結果が通知されるかが曖昧でした。

しかし、新しいファストトラック審査では、出願から約6か月で



「何が変わったの?」
「どんな影響があるの?」といった

みなさまの疑問に特許庁が 答えます!

特許庁 審査業務部 商標課
企画調査班長 藤村 浩二

最初の審査結果通知を行うことを明示したため、審査期間が明確になりました。

基本的な要件は簡単で、出願時に指定する商品・役務を「類似商品・役務審査基準」等のリストに掲載された商品・役務から選んで記載するだけ。特別な申請手続きや追加の手数料は不要です。

なお、出願時の願書の商品・役務の記載内容に基づいて判断するため、出願後にファストトラック審査の対象となる商品・役務に補正を行ったとしても、ファストトラック審査の対象とはなりません。

具体的な手順などについては、特許庁のホームページをご覧ください。

**早期審査を
活用できる場合も！**

権利範囲としたい商品・役務がリストになれば、ファストトラック審査の対象にはなりません。その場合は自らが適切と考える表記にしてください。

ただし、「早期審査」を活用できる場合もありますので、一度チェックしてみるといいでしょう。「早期審査」と「ファストトラック審査」の認定要件は異なりますので、特許庁のホームページにてご確認ください。

ファストトラック審査の対象となる商品・役務の調べ方

1



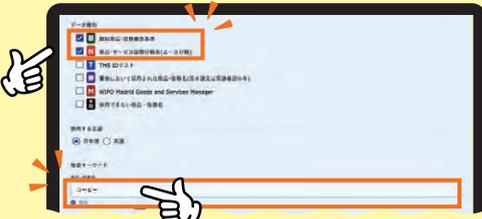
トップページ右上にある「J-PlatPat」をクリック

2



「商標」の見出しにカーソルを合わせ、「商品・役務名検索」をクリック

3



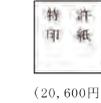
「データ種別」の項目で「類似商品・役務審査基準」と「商品・サービス国際分類表」のみを選択し、「検索キーワード」の項目で「商品・役務名」に任意のキーワードを入力して検索

4



検索結果一覧として表示される商品・役務だけで出願するとファストトラック審査の対象になる！

平仮名と片仮名の違いや
全角と半角の違いなど、
一文字でも異なっていると
対象外になってしまいます！
ご注意ください!!



【書類名】 商標登録願
【整理番号】
【提出日】 令和1年4月1日
【あて先】 特許庁長官 殿
【商標登録を受けようとする商標】



【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分】

【第30類】
【指定商品（指定役務）】 コーヒー、コーヒー豆、洋菓子
【第31類】
【指定商品（指定役務）】 清涼飲料、果実飲料、乳清飲料

【商標登録出願人】

（【識別番号】） 502105638
（【住所又は居所】） 東京都千代田区霞が関3丁目4番3号
株式会社 特許庁
（【代表者】） 特許 太郎 又は 識別ラベル
（【国籍・地域】）
（【電話番号】） 03-3581-1101
（【提出物件の目録】）
（【物件名】）

ここに表示された通りに
商標登録願
(申請する時に提出する書類)
に記載してください!!



ファストトラック審査のポイントは2つ

- 1 出願時に記載する商品・役務を、決められたリストに掲載されたものにするだけ
- 2 新運用は、最初の審査結果通知までの期間を、「通常の審査より2か月短縮」から、「出願から約6か月」と明確に!!



※ファストトラック
審査HP



※早期審査HP

詳細は左記からご覧ください

Topics 1

ひとりで頑張る知財担当者のための お助けサイトを開設しました

特許庁から「拒絶理由通知書」や「登録査定」が届いたあと、「次に何をすれば良いか」を、わかりやすくご案内します。



特許庁から届いた通知への対応に悩んだことはありませんか？

特許・意匠・商標の登録には、特許庁で審査を受ける必要があります。審査の過程で、拒絶理由通知書などの通知が特許庁から届きますが、その対応に悩んだことはありませんか？

このたび特許庁では、ひとりで頑張る知財担当者や初めて出願手続をされた方に向けて、次に何をすれば良いのかをわかりやすく情報提供するサイトを開設しました。

- こんな方にオススメです
- ✓ 通知書の見方を知りたい方
- ✓ 拒絶理由の解説を読みたい方
- ✓ 提出期限を確認したい方
- ✓ 意見書・補正書のひな形が欲しい方

そのほかにも、特許査定や登録査定が届いたあとの対応方法も具体的に紹介しています。ぜひ活用ください。

初心者にもわかりやすく、段階を踏んで解説しています！

1

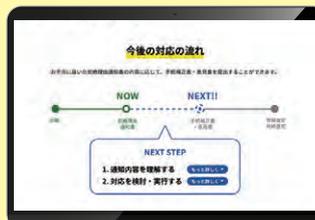


まずはTOPページから受け取った通知書内容に合わせアイコンをクリックすると移動します

2



3



ページをスクロールすると対応の流れが確認できます



スマホにも対応しています！



PC画面での読みやすさはもちろんのこと、スマホでの読みやすさにも配慮しています。

移動中の電車内や、ちょっとした空き時間にもサッと閲覧可能なので、ぜひ活用ください!! タップするだけで、簡単にあなたのお近くの窓口へ電話相談もできます!

特許庁 お助けサイト
で検索!



ノーベルウィークに併せて 企画展示会が開催されました

ノーベル化学賞を受賞した旭化成名誉フェローの吉野彰氏とリチウムイオン二次電池に関する企画展示。



リチウムイオン二次電池の模型や、それを使用した製品として「はやぶさ2」や「ドローン」「カメラ」「タブレット」などが展示された。

ノーベル賞のきっかけは「特許」にあった?!

2019年12月9日から、2020年1月31日までの間、ノーベルウィークに併せてノーベル賞を受賞した旭化成株式会社名誉フェローの吉野彰氏とリチウムイオン二次電池に関する企画展示「リチウムイオン二次電池の発明が拓いた社会（吉野氏ノーベル賞受賞記念）」が、特許庁にて開催されました。今回の企画展示に対して、旭化成の知財担当者からコメントをいただいたので、ご紹介します。

「リチウムイオン二次電池の発明は、特許権として保護され、その権利をライセンス提供することで産業の発展につながったものです。まさに特許法第一条（この法律は、発明の保護及び利用を図ることにより、発明を奨励し、もって産業の発達に寄与することを目的とする。）を体现するような発明だと考えております。それが特許庁で展示され

ることは、訪れる人たちに知財の重要性を改めて知っていただくことにつながり、知財関係者としても非常によいことだと考えます。

リチウム二次電池は様々な製品に使われていますが、開発時はここまで市場や用途が広がるとは予測できていませんでした。もともとは当時大きかったビデオカメラを小型化したり、モバイル機器に転用できるであろうという程度に考えていました。ところが、ウインドウズ95の普及がきっかけでノートパソコンへの需要が高まり、その後もスマホや電気自動車の普及に伴って市場は拡大し続けています。

開発において苦労した点は数えられません。例えば、基本特許については、付与前異議申立て制度の時でしたが、公告後13者から異議が申し立てられました。ライセンス契約と並行して係争も起きていましたから、常に荒波に揉まれているような感じでした。

また、弊社のような化学メーカーが電機メーカーにライセンスを供与するということは非常に珍しいケースでしたから、まさに手探りの状態だったといえます。

吉野さんは研究のアイデアのみならず、特許審査の拒絶理由への対応に関するアイデアまで次々と出てくる方。一緒に仕事ができただけは勉強になりました。」



特許庁の広報誌「とっきょ」に関しましてアンケートにご協力ください。

アンケートにご協力いただいた方には、次号広報誌 (vol.46) を送付いたします。



「とっきょ」アンケート



とっきょ

vol.45

発行：2020年3月9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

Web版は
こちらから!
バックナンバー
も掲載



※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」

あのとき、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)



ハイチュウ

森永製菓株式会社 MORINAGA



1975年
発売

登録商標 第1327395号
第3276055号
第6052868号 ほか

心地よい噛みごたえとジューシーな味わいのソフトキャンディ。
あめとガムの中間のような食感で、ストロベリーなどの定番のほか、
地域限定の「おみやげハイチュウ」や期間限定フレーバーも人気。

ヒットのワケ

発売以来、「ハイチュウ」は噛みごたえを追求してきました。砂糖の結晶サイズをそろえ、空気をつぶさずに保持することは専門的に見ると相反する作業。大難問でしたが、それを可能にする装置を作ったことが独特の噛みごたえを確立する大きなきっかけとなりました。今まで約300種を発売しましたが都度微調整を重ね、新しいフレーバーでも、食べれば「ハイチュウらしさ」をぎっと感じてもらえると思いますよ!

研究所第二商品開発センター 主席研究員 大野芳裕さん



森永製菓の「ハイチュウ」が発売されたのは、1975年。前身は1956年から販売されていた柔らかいフルーツファイダ。そのチューイング性を特化し、開発のコンセプトは「食べられるチューイングガム」。1899年の創業以来蓄積してきたキャラメル製造の技術に加えてさらなる研究を重ね、ソフトでありながらチューイング性があり、歯につかないという新しさで、大ヒットした。

独特のチューイング性を生み出すのは、砂糖の結晶化のコントロールと水分のバランス、エアレーション(空気含ませ方)がカギを握る。単に柔らかくするだけでなく水分を増やせばいいが、それでは心地よい噛みごたえは失われてしまう。

そこで、試行錯誤をして砂糖の結晶サイズをそろえながら、空気をつぶさずに生地に含まれるという技術を確認し、専用装置も開発することで、求めるチューイング性に到達。製造技術と専用装置の両方で特許を取得した。

「ハイチュウ」は、45年来の定番商品だが、日々改良にも励んでいる。日本人の噛む力が年々弱まっている

絶妙な噛みごたえとジューシーさで
国内で年間8・88億粒を売り上げる

ることから、時代に合わせて硬さを微調整。1パックを10粒から12粒に増量した2000年には「1パック全てを飽きずに食べて満足してもらってこそ商品」との思いから、エアレーションを見直し、より軽やかな食感にした。現在は海外37の国と地域でも販売。国により好みも異なるため、同じフレーバーでも風味の濃淡や硬さを変えるなど細やかな調整を欠かさない。

新フレーバーも次々登場し、3月には果実ピューレ2倍の商品も発売されるが、大切にしているのは、どんな時代に誰が食べても常に「ハイチュウ」を感じてもらえること。根幹となるチューイング性や味わいは変えることなく、消費者の嗜好に応える挑戦は続いていく。



2013年、それまで内側にあったフルーツ層を外側に変更。噛みはじめからフルーツ感をより感じられる構造になった。