

経営・事業判断を知財で支える

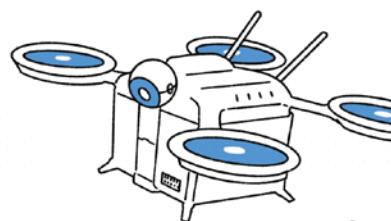


WEB版は
コチラ



とっきよ 49

2021.9.14発行



特集 1

新時代に挑む知財戦略

IPランドスケープのススメ

FEATURE >> 旭化成 株式会社



特集 2

ひら

IPで拓く企業の未来

FEATURE >>

中国電力株式会社

知財戦略

どうやって取り組んでるの？

>> ピクシーダストテクノロジーズ株式会社

知財レボマンガ

「特許庁の新しい
ミッション・ビジョン・バリューズ」

(マンガ：柏原昇店)



Q2 ▶ どれくらいの企業が IPLに取り組んでいるの？

特許庁が今年公表した「経営戦略に資する知財情報分析・活用に関する調査研究報告書」※1では国内企業等の1,515者に対してアンケート調査を行い、IPLを実施しその結果を経営層等に共有できていると答えた人は10%ほどでした。一方で、約80%がIPLは必要と答えており、「必要性は分かっているが、なかなか実施に至らない」という企業が多い実態が分かります。

※1 <https://www.jpo.go.jp/support/general/chizai-jobobunseki-report.html>

Q3 ▶ IPLを実施するための コツは？

経営層を説得して、IPLに対して理解を得ることが第一です。IPLに向けた予算の確保や体制強化はもちろん、IPLに対する意識をトップダウンで組織全体に共有することができます。その前段として、経営層の理解を得るためには「トップのニーズにかなった情報(自社におけるIPLの重要性)を伝える」ことをぜひ意識してみてください。

Q4 ▶ IPLを実施するために 最適な人材は？

特許の出願や権利化に向けた手続きをこなしていく従来の知財部門では緻密な検討力を求められますが、一方でIPLを実施する人材には事業全体を俯瞰して見る能力、知財の解析力が要求されます。また、そこで核となるスキルは「シナリオ構築力」だと考えます。ある事業に対して解析を行って、事業課題に対する戦略的な提案を行うわけですが、その過程において、仮説検証という形で課題から解決に至るシナリオを組めることが大切です。それらのスキルを得るためには、知財部と事業部間の人事ローテーションといった工夫も考えられますね。

Q1 ▶ なぜいまIPLが必要なの？

コロナ禍をはじめ、サステナビリティやESG(環境、社会、ガバナンス)の推進など、昨今の社会変化に対応していくためには、多面的な視点から経営戦略を策定することが不可欠で、そこには、攻めの知財情報活用であるIPLが有効です。加えて、今年6月に改訂された、コーポレートガバナンス・コードに初めて「知的財産」という言葉が入ったことも重要です。これにより、自社の経営課題に対して知財がどう貢献しているのかということを適切に開示する必要が出てくるため、各企業でIPLが推進される大きなきっかけになると思います。

QUESTION

IPランド スケープ 5つの疑問

教えてくれたのは

IPランドスケープ推進協議会代表幹事
旭化成株式会社 研究・開発本部 理事・知的財産部長
中村 栄氏 ▶ プロフィールは次ページへ

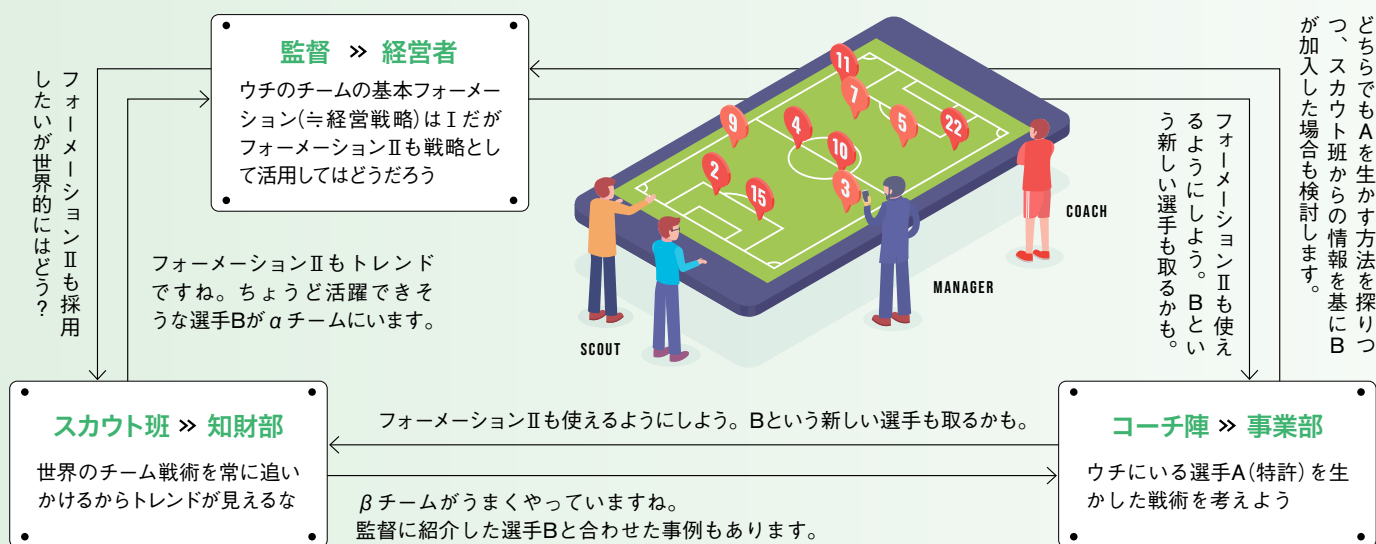


Q5 ▶ IPL推進協議会の目的や 活動内容は？

協議会は33社の会員企業で構成されており、IPLの推進によって会員企業の事業競争力の強化・企業価値の向上に加え、日本の持続的な社会発展を促し、広く公益に寄与することを目的としています。企業によって、IPLの理解度は各社バラツキがあるのが現状です。そうした状況を受けて、協議会では会員の議論を通してIPLの目指すビジョンを明確にすることから始めています。

IPLに関わる経営者、事業部、知財部の3者をサッカークラブに置き換えてみました！
自チーム(自社)の価値や力を上げるために、世界の戦術トレンド(競合企業の傾向など)をリサーチし、個性豊かな選手(特許、意匠、商標などの知財)をどう生かすか3者間で協議する流れを図式化しました。

IPLをサッカーチームマネジメントで 勝利に／考察してみた！



特集 1

新時代に挑む知財戦略

IPランド スケープのススメ

2017年7月、経済紙によって国内企業向けに大々的にその概念が紹介されて以降、注目を集める「IPランドスケープ(以下IPL)」。

いまIPLが必要な理由や、IPLを実施する際のコツなど、意外と知らなかったIPLの実態を紹介するとともに、先進的にIPLを活用してきた旭化成株式会社の取組を特集。その重要性に迫ります。

激動の時代を切り開く
攻めの知財情報活用

社会は急激な変化の只中にある。AI・IoTをはじめとしたデジタル革新や、グローバル化、投資分野でも注目されるESG(環境、社会、ガバナンス)など、企業を取り巻く環境や社会的な要請は変容を迎えている。加えて、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が契機となって出現した、新たなニーズや社会課題も枚挙にいとまがない。

企業はいま、こうした潮流の中で、将来に向けて適切に舵をきるための多面的なさまざまな課題を解決に導く力が試されつつある。そのために必要なのは、これまで以上に「企業自身が成長していくこと」。

そこで鍵になるのが、知財であり、IPランドスケープだ。従来の守りのための知財情報の活用とは異なり、IPLは自社・他社の知財を主な情報源として、それをマップにし解析することで、新規事業の創出や企業経営に役立てていく、いわば「攻めの情報活用」。

今回は、そうした新時代を切り開くための知財情報活用・IPLについて、国内企業の中で先進的にIPLを活用し、IPL推進協議会代表幹事も務める旭化成にフォーカス。IPL活用のコツをはじめ、企業経営と密接にリンクした旭化成の知財情報活用の取組を知の財産部長の中村氏に聞いた。

What's IPランドスケープ

自社の経営・事業戦略を定める際に、経営・事業情報に知財情報を取り込んだ分析を実施。その結果(現状の俯瞰、将来の展望など)を経営者・事業責任者と共有し、結果に対するフィードバックを受けたり、立案検討のための議論や協議を行ったりすること。

What's "IP landscape"?

- ：触媒・プロセス
- ：高分子・加工（ポリマー、フィルムなど）
- ：繊維、不織布など
- ：膜・セパレーションなど
- ：化合物半導体・LSIなど
- ：住宅、建材など
- ：医薬

旭化成のコア・テクノロジーを可視化した
パテントマップ。テキストマイニング手法
を用いて自社の特許情報をマップ化した



**コロナ禍でもIPLを活用し
ビジネスチャンスを創出**

現在、弊社ではIPLを主に3つの目的で活用しています。まず一番注力しているのが現行事業の強化。次に新規事業創出で、最近はこちらに重心がシフトしつつあります。最後にM&Aの候補先の調査などです。

最近の活用事例としては、コロナ禍における取組があります。コロナ禍は弊社にも大きなマイナスの影響を与えましたが、逆にそこにビジネスチャンスがないか模索しました。具体的には、元々弊社が買収した会社が水の殺菌に使う深紫外線LEDを扱っていました。が、それを表面殺菌にブラッシュアップして感染症対策に役立てられないか考えたんです。そこでまず表面殺菌についての特許マップを作ったところ、競合他社はまだそこを目を向けていないことが分かりました。次にその市場に入っていくのに一緒に組める照明会社を探すため、照明業界の企業群を特許マップで確認し、シナジー効果を見込める会社を見出したんです。

一方でビジネス状況が大きく変わっていることが予想されるアフターコロナにも備えています。弊社ではIPLを使ってどんな価値を創造できるか考える

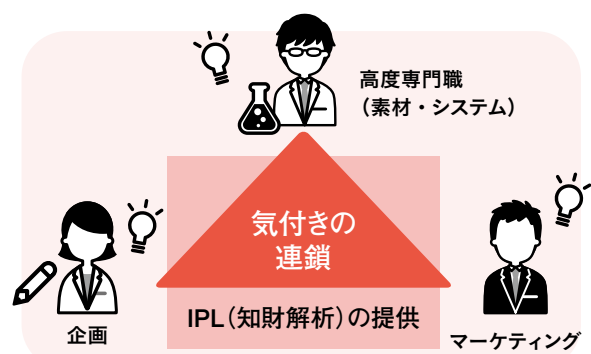
ワークショッップを2019年から行っています。その「IPL de Connect」には高度専門職と企画とマーケティングのメンバーが参加していますが、今年は2030年に向けて何ができるかデイスカッションを重ねました。ここで洞察の材料として世界のインベシジョンを牽引するGAFAの特許解析データや自社の特許マップを提供しました。その結果、気付きの連鎖が起きて、2030年の世界に貢献するためのアイデアが140も出てきました。それらは全社に共有しており、各現場で新事業を創るために役立つはず。*

**中小企業やスタートアップも
推進協議会への参加を**

社内でIPLを実施するうちに特許庁から声がかかり、2020年1月にグローバル知財戦略フォーラムのパネルディスカッションに登壇しました。これをきっかけに同年12月にわれわれと同じくIPLを積極的に実施している9社が発起人になってIPランドスケープ推進協議会を設立し、弊社も代表幹事の一社として参加しています。

主な活動は2カ月に一度会員が集まって、各社、そして日本でIPLを盛り上げるための議論をすること。先日は、今年6月の改訂で、知財情報の開示に関する内容が追

IPL de Connect 相関図



用語解説

GAFAとは

アメリカ合衆国の世界的なIT企業である、Google、Amazon、Facebook、Appleの4社を指した言葉。「ガーファ」と読む。なお本国アメリカでは「Big Tech」という呼び方が浸透している。

テキスト マイニング手法とは

大量の文字情報を自然言語処理などで分析し、有用な情報を抽出する技術のこと。知財領域ではテキストマイニングを用いて特許情報を解析し、自社・他社の保有する特許を比較したマップ作りなどに役立てられている。

コーポレート ガバナンス・コードとは

上場企業を守るべき企業統治の指針・ガイドラインのこと。東京証券取引所と金融庁が制定し、2015年6月から上場企業に適用した。企業の持続的な成長と企業価値の向上を通して、経済全体の発展へとつなげることが目的。

20年超の取組が実証

企業経営を左右する IPランドスケープの重要性

FEATURE » 旭化成株式会社

**経営層を巻き込み
トップダウンで浸透させる**

弊社ではIPLに類似した活動を2000年ごろから行っていました。ただ当時は、研究の方向性を見極めるために競合の特許情報を分析する程度で、社内ではあまり重要視されませんでしたね。時代のせいというよりは、私自身の分析スキルが未熟であつたために知財情報の戦略的活用を必要と伝えられなかったことも理由の一つだと思っています。一方で、自分が目指す方向自体には間違いがないと考えていたので、社外に出て10年以上スキルを磨いてきました。

スキルに自信がついてきたのと同時に、リーマン・ショックを

乗り越えて企業が少しずつ元気になってきました。当時の弊社CTOが知財の見える化を志向していたということもあり、「特許情報を視覚化することで事業に貢献したい」とプレゼンをさせていただきました。その際に持って行ったのが、自社の特許情報を視覚化したパテントマップです（P5上段参照）。水色の点が旭化成の特許で、点の距離が特許の内容の近しさを表しています。この点が集まっている領域が旭化成が強化している領域、コア・テクノロジーを

示しています。これを見たCTOがすごく感心してくれたんですね。「面白い。当社のコア・テクノロジーのシナジーにより新たな事業が生まれてくるのが見て取れる。ぜひ経営層に啓発して回ってほしい」と言われました。それが2016年のことです。

それから役員会議、事業本部会議、事業部会議という順に事例を持ってIPLの必要性を説いていき、2018年には専任の知財戦略組織ができました。なので弊社の場合はトップダウンでIPLの

浸透が実現したんです。また、会社の中期計画に「IPL」という言葉が入ったことも大きな意味がありました。「事業判断等に知財を戦略的に活用して世界に新しい価値を提供していきます」ということを社長自らの言葉で語るのとてもインパクトがありますよね。

もちろん会社によって風土が違うので一概にIPLの浸透にこの方法がいいとは言えませんが、経営のトップにIPLを理解させること、そしてそれを巻き込むための仕掛けが重要だと思います。

お話を聞いたのは



旭化成株式会社
研究・開発本部
理事・知的財産部長
中村 栄氏

1985年旭化成入社、89年知的財産部へ異動、98年全社調査機能 技術情報グループ設立に伴い、同グループに異動。2018年4月知財戦略室長、同年10月から現職。20年10月にシニアフェローに就任。

旭化成におけるIPLの3つの目的

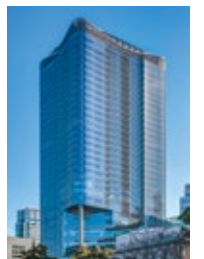
- | | | |
|-----------------------|--|------|
| 1 事業を
優位に
導くために | ◆徹底した競合との情報比較分析
(特許、ビジネス)→当社 コア価値 の獲得
◆ コア価値 を高める事業/
知財戦略の構築・遂行 | 事業企画 |
| 2 新事業創出
のために | ◆ コア価値 を活用した新事業創出の
ための新たなアイデアの創出 | 開発部署 |
| 3 事業判断の
ために | ◆M&A判断材料の提供
◆M&A後のシナジー確認 | 経営企画 |

コア価値
⇓
事業競争力の中枢となる技術、事業プラットフォーム

PROFILE

旭化成株式会社

日本有数の総合化学メーカー。マテリアル、住宅、ヘルスケアの3つの領域で、繊維、電子部品、医薬・医療機器など多彩な事業を展開する。IPランドスケープを事業戦略の策定に活用し、中期経営計画の柱に据えるなど、国内でも先進的な知財活動に取り組んでいる。



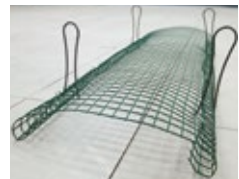
所在地／東京都千代田区有楽町一丁目1番2号 日比谷三井タワー
TEL／03-6699-3000 URL／<https://www.asahi-kasei.com/> 設立年／1931年
業種／化学(ケミカル事業、繊維事業、エレクトロニクス事業、住宅事業、建材事業、医薬事業、医療事業) 従業員数／44,497人



お話を聞いたのは

中国電力株式会社
エネルギー総合研究所
知財部長
かしま しんいちろう
鹿嶋 慎一郎氏

1988年入社、岡山営業所配属。
2002年経営企画室海外事業担当へ
異動し、知財部の立ち上げに参画、
19年から現職。一般社団法人日本
知的財産協会常務理事、一般社団法
人広島県発明協会常務理事。



「猪ふまず」はひづめの間に
物が挟まることを忌避する
イノシシの習性を活用



中国電力の特許をもとに広島
の中小企業が製品化した家庭
用素水生成装置

を意識させるためです。同時に各
組織に知財推進担当者を置いて研
修をしたり、各組織が持つ技術を
特許に出願してもらったりして、
自分たちの技術のなかに発明があ
ることに気付いてもらいました。
次の段階では、特許をどう活用
するかや特許を定量的に評価する
ことにより経済的な価値を意識す
る感覚を植え付けるよう働きかけ
ました。またこの時期から知財報
告書をきちんと作り始め、毎年テ
ーマを決めて特集ページを作り、

地元企業と積極的に行う 知財マッチング

近年では中国地方の企業を中心
に知財マッチングも積極的に行っ
ています。例えばメッシュ状の特
殊な電極で水を電気分解すること
で高濃度の素水を作る弊社の技
術があります。これを広島の中
小企業に実施許諾し、現在は累計1
億円以上を売り上げる事業に成長
しました。また、イノシシ被害を
抑えるために開発した装置「猪ふ
まず」※3は、当社グループ会社へ
実施許諾し、製品化。高く評価を
頂いており、全国で採用事例が増
えつつあります。

こうした動きは、元々は東日本
大震災の復興支援として東北の企
業に対して無償で特許の実施許諾
を行い、事業化に向けた取組を進
めたのがきっかけです。残念なが
らそのときは、資金面や、距離的
制約などが原因で、事業化まで至

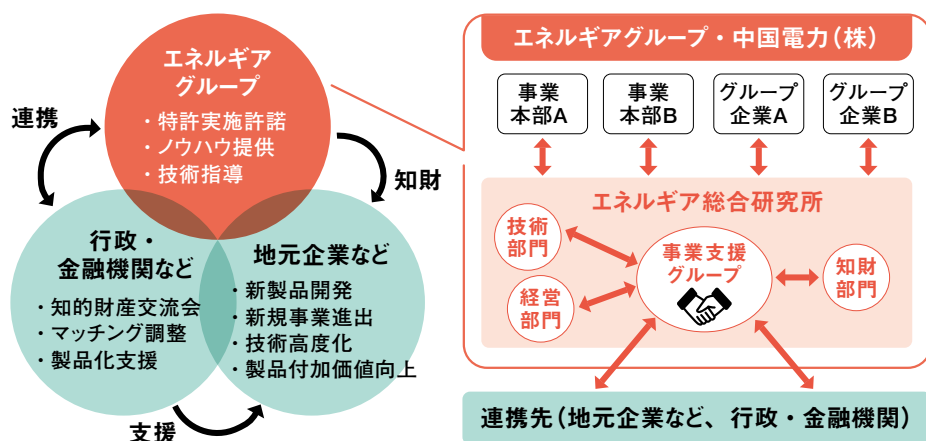
ったケースはありませんでした。
その反省も踏まえ、のちにマッ
チングの専門チームを作りました。
それもあつてか2015年くらい
から開始した、地元企業を対象に
したマッチング活動は順調に進ん
でいます。

知財部門以外でも 高いリテラシーを実現

現在、弊社の知財部
門に所属するのは17人
と決して多くはありま
せん。しかしこれまで
の取組を通じて知財部
門以外の各組織にも知
見を持つ人材がおり、
初歩的なセミナーを毎
年行つて全社的に知財
に対するリテラシー
を高めています。ま
た各組織で特許の出
願状況を検索できる
システムを導入した
り、発明者があまり
手間をかけずに出願
の書類を作成する仕
組みを作っています。

今後、これまで
培ってきた経験や仕
組みを生かして、自
社の経営に知財面か
ら貢献していきたい
と考えています。

知財マッチングとエネルギー総合研究所の役割



エネルギー総合研究所は知財部門をはじめ、研究・開発を担う技術部門や市場調査・分析を行
う経営部門を備えており、知財マッチング先と
のハブとして機能している



特集 2

IPで拓く企業の未来

FEATURE >> 中国電力株式会社

電力小売部分自由化を背景に、約20年前から知財戦略に積極的に取り組んできた中国電力。
現在は、地元企業との知財マッチング活動を通して、地域活性化に力を入れています。
事業推進の当事者である、知財部長・鹿嶋氏に話を伺いました。

>> PROFILE



中国電力株式会社

所在地／広島県広島市中区小町4-33
TEL／082-241-0211
URL／<https://www.energiya.co.jp/>
設立年／1951年
業種／発電事業、小売電気事業 等
従業員数／5,022人

技術の中に発明がある
ことに気付いてもらった

電力会社には多くの知財があり
ます。その内容は幅広く、停電箇
所を早期に見つける技術から海水
を扱う際に壁面に貝が付かなくな
るような技術までさまざまです。
またひと口に電力会社
の技術といっても、北
日本の会社は雪に強
く、西日本の会社は台
風に強いといった地域
差もあります。

しかし電力小売部分
自由化や海外企業によ
る国内電力会社買収の
脅威があった1990
年代後半当時、知財の
重要性を含め新規事業
について経営者が考え
始めたばかりの弊社で
は、普段使っている技
術で特許を取れると考
える人間はいませんで
した。私なんて、「知
財の部署に行くよう
に」と人事異動の電話
が来てからしばらくは
「資材の部署に行くん
だ」と思っていました
から(笑)。それくらい
「知財」は一般社員にと
って縁遠い言葉でした。

知財戦略の段階的推進

[2002～2007年度]

量的拡大

- ◆経営における知財戦略の位置付けの明確化(中期経営計画への織り込み)
- ◆知財戦略推進体制の基盤整備
- ◆特許出願の量的拡大

[2008～2012年度]

質的向上

- ◆より戦略的な権利取得・活用の展開(特許網構築)
- ◆活動成果の経済価値評価(定量評価)
- ◆知財で担保される独自技術の貢献度を社内外に発信

[2013年度～]

競争力強化および 事業戦略への貢献

- ◆事業戦略の構想段階における自社・他社特許分析
- ◆知財を活用した競争力強化の実現、成長事業の育成・支援

現在のステージ

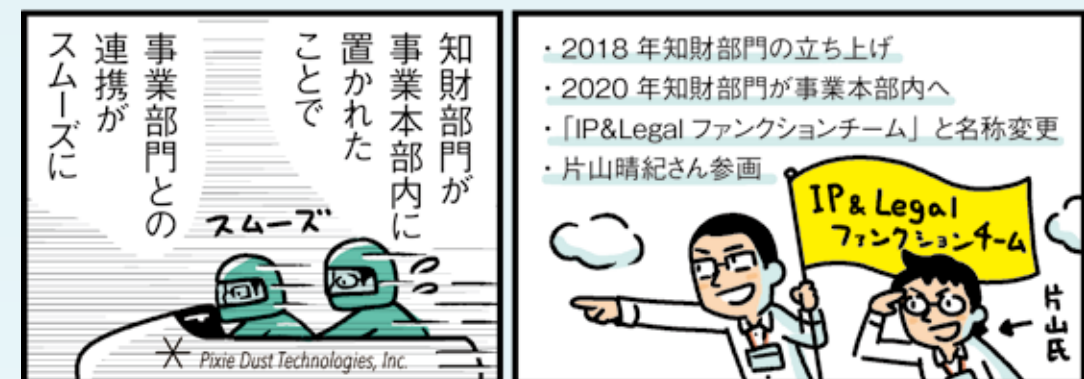
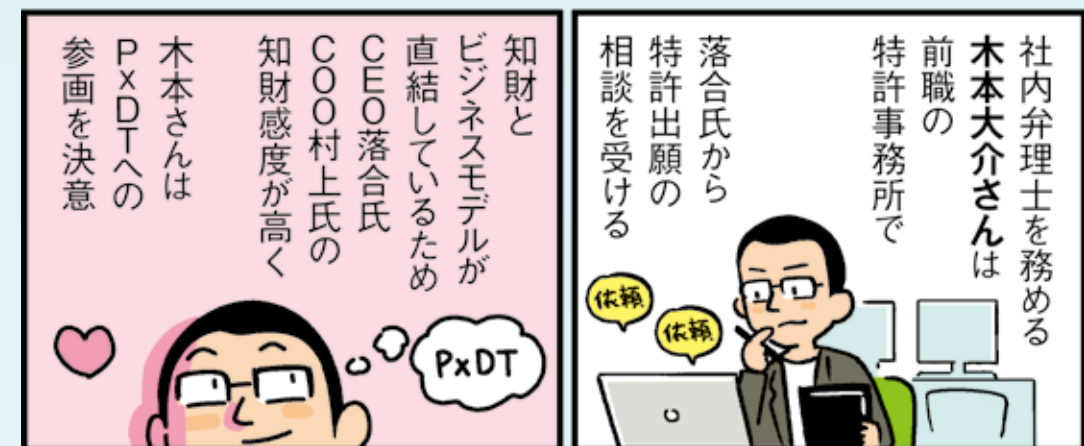
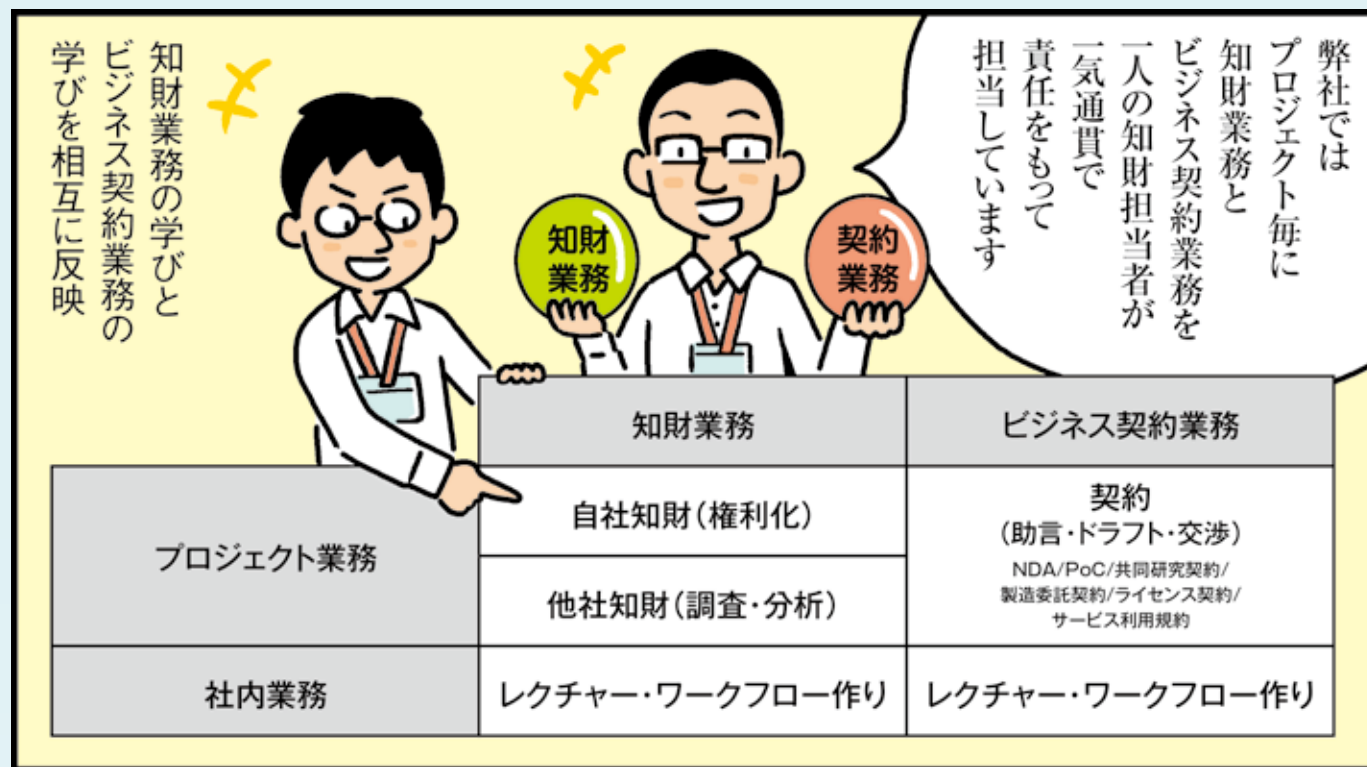
市場競争力の強化、企業価値の向上

弊社では、3つのステージを設
定して知財戦略を推進していきま
した。まず量的拡大を図る第1ス
テージでは経営陣による知財戦略
会議を設け、そこに技術開発戦略
会議も内包しました。これは技術
系の参加者に、技術開発には必ず
知財という概念がついて回ること

知財戦略

どうやって取り組んでるの？

知財戦略に積極的に取り組む企業をピックアップ！
今回は、「IIP BASE AWARD」
スタートアップ部門でグランプリを受賞した
ピックアップスタートアップを紹介！



COLUMN

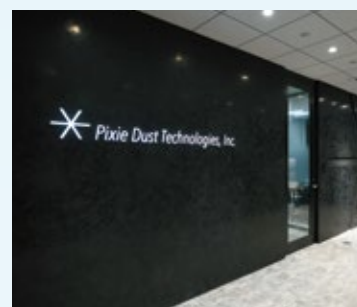
IP BASE AWARDとは？

特許庁は、スタートアップに不可欠な知財戦略に関する基礎知識や支援施策、イベントなどの最新情報を集約したスタートアップ向け知財コミュニティポータルサイト“IP BASE”を運営。IP BASE AWARDは、スタートアップにおける知財コミュニティの活動を促進させるべく、スタートアップ部門、知財専門家部門、エコシステム部門の各部門で、知財全般に関して、先進性・注目度などの観点から目覚ましい取組をした個人・組織を表彰する。

PROFILE

CEOは筑波大学准教授の落合陽一氏。先進インターフェース技術の孵卵器となり、その連続的な社会実装を進める。リアルの現場やDiversityある方々を新たな均衡点へ導くこと（デジタルリバランス）により社会の課題を解決するスタートアップ企業。

所在地／東京都千代田区神田三崎町2-20-5
住友不動産水道橋西口ビル 3階・4階
URL／<https://pixiedusttech.com/> 設立年／2017年
業種／半導体、その他電子部品・製品 従業員数／76人



INTERVIEW

④ 左
IP & Legal Team
片山晴紀氏

次のフェーズとしては、これまで積み上げてきた特許出願を活かし、活用方法に囚われることなく事業の利益に繋げていきたいと考えています。

⑧ 右
IP & Legal Teamリーダー
木本大介氏

ビジネスモデルにおける知財の重要性が高い場合、専門家の支援は不可欠。弁理士に依頼するのなら、ビジネスモデルを理解してくれる弁理士を探すことが最も重要です。



STAFF CLOSE-UP

This month's person

知財にまつわるさまざまな仕事に携わる特許庁のプロフェッショナルにフォーカス。今回は、特許審査基準を広く伝えるために漫画化プロジェクトを推進した審判官の匠が登場します。

This month's person

特許庁
審判部第4部門(アミューズメント一般)
審判官

せん ほん じゅん すけ
千本 潤介

1980年生まれ。2004年4月入庁。08年審査官に昇任。その後、調整課審査基準室、総務課法規班などを経て、17年より一橋大学大学院に准教授として出向。19年10月～21年3月、審査基準室(基準企画班長)、4月より現職。

技術面と法律面の両方を学べるのが仕事の醍醐味

学生時代、資格取得系の予備校で技術系の公務員試験を目指す人たちに向けた講師のアルバイトをしたことが入庁のきっかけでした。それまでは、公務員に技術職があることも知りませんでした。人に教えているうちに技術と法律の両方を深めている特許庁の仕事に魅力を感じました。

入庁後は、多くの技術分野で審査経験を積みつつ、審査基準室や法規班、大学への出向を通じて法規系の業務を多く歴任。復職後の現在は審判部第4部門に所属しています。基本的な業務は、「特許の審査に納得がい



匠のこだわり

審査基準を自ら漫画化!
絵と短い文章で分かりやすく

子どもの頃から漫画が大好きだったこともあり、かねてより審査基準を漫画にしたいと思っていました。特許は専門性の高い分野なので、詳しく説明しようとすると、文字量が多くなってしまいがち。コマを追いつながら短い文章で、テンポ良く読むことができるように工夫しています。

詳しくは

漫画審査基準 特許庁



もっと
クローズアップ!

遊技機の特許は
楽しめることを重視

現在はパチンコ・スロットマシンの審判を担当。いかに面白く盛り上げるかという点に重きを置いた案件が多いです。いろいろ独特な面がありますが、大学時代に専攻していたIT系の知識を生かして頑張っています。

漫画と並ぶゲーム好き
体も動かして楽しむ

仕事が終わった後や休日は、ジムに通ったり、子どもとゲームをして過ごしています。漫画と並んで子どもの頃からゲームも大好き。フィットネス系のソフトにはまっていて、体を動かしながら夢中で楽しんでいます。

無料で
アドバイス

アイデア・出願・事業展開・海外展開 etc

インピット

知財支援はINPITにおまかせ!

「知財総合支援窓口」はINPIT(インピット)が、47都道府県に設置している地域密着型の相談窓口です。中小企業をはじめとした皆さまの経営課題解決に向け、技術・アイデアなど、「知財」の側面から支援を行っています。

知財総合支援窓口って?

経験豊富な窓口担当者が、まずはお相談者さまのお話を通じて「経営」と「知的財産」の課題を把握し、事業・知財戦略の策定助言や、それらの戦略に合った知財活動の方向性をご提案。専門性の高い課題などについては、

弁理士・弁護士といった専門家やよろず支援拠点をはじめとする関係支援機関と連携して、効率的・網羅的に解決を図ります。相談は窓口での対面相談に加え、訪問、電話、メール、WEBでも受け付けています。

知財支援はINPIT



日本の中小企業経営を支えたい
あなたの会社にも数多くない「知財」があるはず。その「知財」を意図して活用する。

INPIT REPORT | VOL.01 |

INPITがお手伝いしました!

「時間が経ってもおいしい餃子」の製法技術を権利化し、日本一に貢献! ———— [株式会社魚磯]

支援概要

「駅の売店で売る、特徴的な商品が欲しい」というお客さまの要望がきっかけで、餃子のまち・浜松の地域振興を兼ねた「浜松餃子弁当」の提案を行いました。パリパリ感のある餃子を求めて、時間が経ってもグニャッとしなない餃子の製法技術を開発。権利化に当たり、弁理士のサポートを受けながら、技術的特徴を整理することで特許

出願し、登録に至りました。「浜松餃子弁当」に関しては、さらに、窓口担当者およびブランド専門家からパッケージデザインやブランド戦略についても支援を得ながら、浜松餃子の認知度アップに取り組んでいます。



支援成果

「浜松餃子弁当」は、浜松商工会議所発の地域ブランドである「やらまいかブランド」に認定され、現在はJR浜松駅構内の売店2店舗で販売しています。手軽に浜松餃子

を楽しめる「餃子おむすび」や「カップ入り餃子」も開発され、「浜松餃子弁当」と合わせて「餃子三兄弟」として展開しており、今後の商品開発にも期待が高まります。



PROFILE |

株式会社魚磯

所在地／静岡県浜松市浜北区
新原2326-2
TEL／0120-852-400
URL／http://uoiso.jp/
設立年／1965年
業種／惣菜製造業
従業員数／15人



(左)静岡県知財総合支援窓口 近藤様
(中央)株式会社魚磯 磯口様
(右)浜松商工会議所 影山様

静岡県
知財総合支援窓口
近藤様より

浜松餃子が日本一になるように、技術的特徴やブランドイメージが際立つよう支援を行いました。「浜松餃子弁当」のおいしさをぜひ味わってください。

株式会社魚磯
磯口様より

知財があることで、「単に商品を作る」だけでなく「弊社独自の考え方」を知っていただけるので、事業の信頼性と弊社への期待値向上に役立っています。

浜松商工会議所
影山様より

「浜松餃子弁当」は特許と商標の知的財産権があることによって、「やらまいかブランド」の一つとして自信を持ってPRや紹介ができています。

INPIT知財総合支援窓口全国共通ナビダイヤル

TEL

0570-082100 (平日 8:30 ~ 17:15)

※全国47都道府県に設置されたお近くの窓口におつなぎいたします

知財総合支援窓口知財ポータル

WEB

https://chizai-portal.inpit.go.jp/



WEBサイトは
こちらから

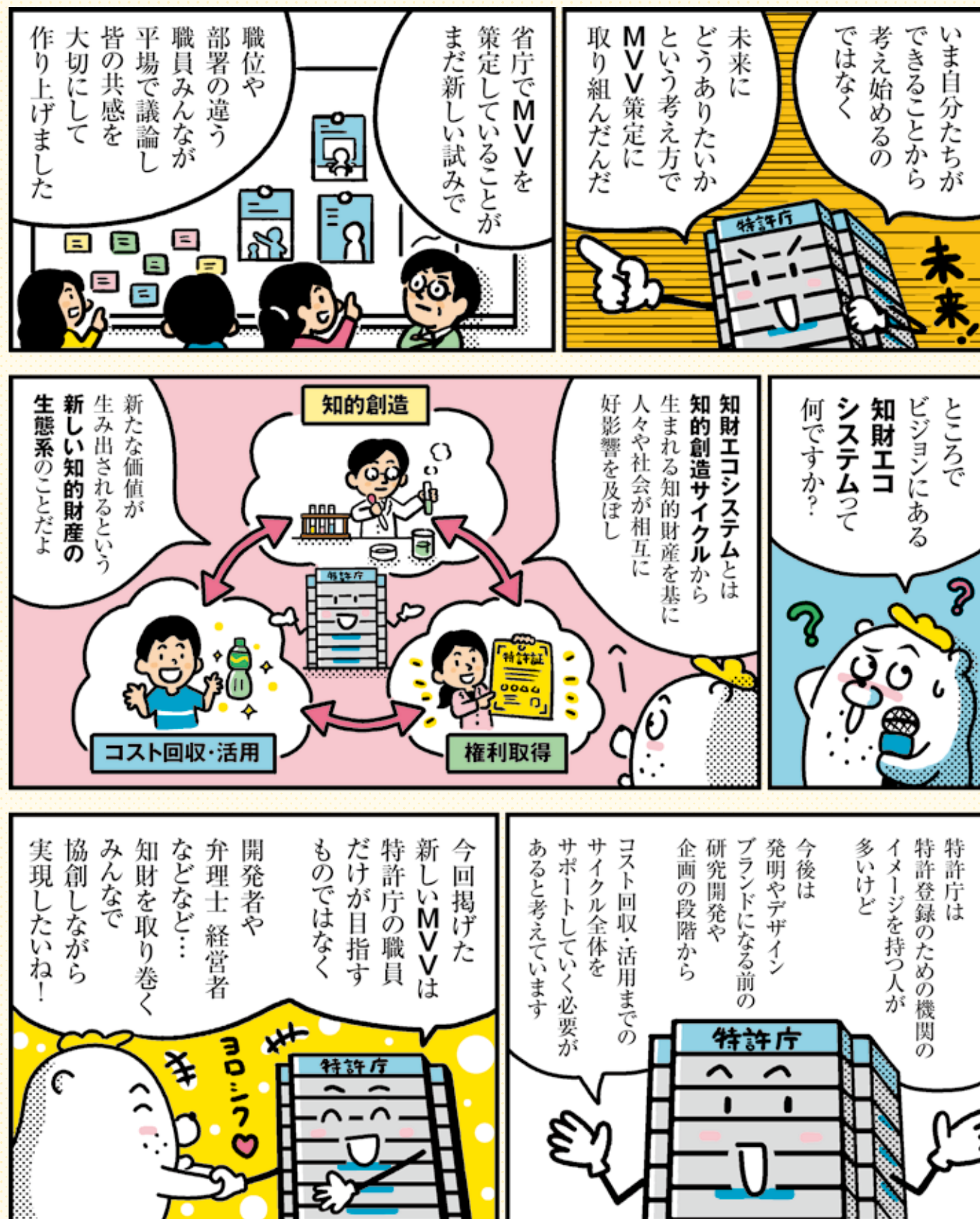
／ イノベーションとは ／

ここでは、技術革新に限らず、新たなビジネスモデルや社会の仕組みの創出などを含む広義のイノベーションを指す。特許庁では、一人ひとりが創造力を発揮したくなる社会を実現するにあたり、イノベーションの促進が重要だと考えている。

／ デザイン経営とは ／

デザイナーのもつアプローチを経営手法として取り入れること。具体的には、数字やビジネス規模ではなく、ユーザー目線で企業ブランドの構築や商品・サービスにイノベーションをもたらすこと。近年注目されており、2018年に経済産業省・特許庁で「デザイン経営宣言」を公表した。

用語解説



イラストレーター

マンガでわかる知財！

パパンがゆく！



イラストレーター
かしらばら しやてん
柏原昇店さん

コミカルなタッチが特徴で、マンガも描けるイラストレーターとして広告・書籍・blogなどで活躍中。自身をクマのキャラ「パパン」に見立てて、難しい物事をわかりやすく伝えるのが得意。
Twitter: @kbst2

「特許庁の新しいミッション・ビジョン・バリューズって？」

2021年6月に策定された、特許庁のミッション・ビジョン・バリューズ。どのような思いで今回の策定に至ったのか、知財に関して初心者の方のパパンが突撃します！



【特許庁からのお知らせ】

1 特許庁の魅力を発見！ オンライン庁内見学をSTART

私たちの生活のさまざまな場面で生かされている知財。「もっと身近に知財を感じていただきたい…」そんな思いから、特許庁は知財の面白さや庁職員の仕事に触れることができる、オンライン庁内見学を実施しています。来庁せずとも特許庁への訪問を体験していただける施設紹介動画をはじめ、多様なコンテンツをご用意しています。

こんなコンテンツをご用意

- ◇特許庁主要施設の動画紹介
- ◇特許庁の審査官等からのレクチャー
- ◇WEBサイト「徹底解剖！これが特許庁だ！～仮想特許庁～」の自由探索・質問受付

【見学対象者】学生および企業（特許事務所を含む）の新入社員など、5～50名の団体（50名以上での見学を希望する場合はご相談ください）

【実施日】平日月曜・水曜（午前・午後各1回実施、開始時間10時～15時30分）
※年末～年始を除く

【所要時間】1時間30分程度

【留意事項】日本語でのご案内です

見学者の声



大学生

新しい発見がたくさん！

映像で特許庁に入る手順を見せてもらい、実際に訪れたかのような気分で説明を受けました。また、審査官のお話を直接聞くことができ貴重な経験になりました。



大学生

知財への関心が深まりました

審査で実際に使用されているサーチシステムを紹介していただける経験はなかなかないので大変勉強になりました。知財を学ぶことがより面白く感じられるようになりました。



● 詳細はこちらから

〈特許庁見学のご案内／特許庁HP〉

2 知的財産を巡る動向&特許庁の取組を知る 特許行政年次報告書2021年版が7月に発行

2021年7月、特許庁は、知的財産制度に関心を持ち理解を深めていただくために、知的財産を巡る国内外の動向と特許庁における取組をまとめた報告書を発行しました。冒頭では、コロナ禍がもたらした「ニューノーマル（次の当たり前）」をテーマに新たなニーズを捉えた企業を特集。また、特許庁の新たな施策も紹介しています。



● 詳細はこちらから

〈特許行政年次報告書 2021年版／特許庁HP〉



主な掲載内容 （一部抜粋）

報告書では、新型コロナウイルス感染症が知財を取り巻く環境に及ぼす影響について、出願等統計の変化や、特許法制度の改正など、随所で触れています。ここではその一部についてご紹介します。



手続などの救済措置について

感染症の拡大による企業活動の停滞を起因として、法定期間（法令によりその長さが定められている期間）内における手続が困難な事例が発生した。これに対し、特許庁は、「その責めに帰することができない理由（不責事由）」及び「正当な理由」による救済手続について、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた期間経過である場合には、当面の間、証拠書類の提出を必須としない等の柔軟な措置を実施した。また、2021年5月14日に国会で可決された「特許法等の一部を改正する法律」において、特許権等が手続期間の経過により消滅した場合に当該特許権等を回復するための要件を緩和する制度を導入し、ユーザーに対する柔軟な救済を可能とした。

≫ 詳細は第2部7章8. 第2部9章2に記載



特許庁における手続合理化

政府において「デジタル・ガバメント推進方針」が立てられたところ、特許庁においてもこの方針に基づき、申請手続の押印の見直し、手続のデジタル化に向けた取組を進めている。特に、申請手続の押印の見直しについては、「規制改革実施計画（2020年7月17日 閣議決定）」に基づき、事業者等に対して押印を求めている手続約800種類について見直しを行い、偽造による被害が大きいとされる手続を除き、764種類の手続について押印を廃止することとした。また、2021年3月に「特許庁における手続のデジタル化推進計画」を策定し、特許庁における申請手続について、2024年3月までにシステムをリリースすることを目指す等の方針を公表した。

≫ 詳細は第2部7章8. コラム16に記載

特許庁の広報誌「とっきよ」に関する 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.50）を送付いたします



「とっきよ」
アンケート



とっきよ Vol.49

発行：2021年9月14日 制作：特許庁広報室
【お問い合わせ先】03-3501-6792
（特許庁広報室直通 平日9:00～17:30）
【E-Mailアドレス】PA0270@jpo.go.jp



※バックナンバーも
ご覧になれます

※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」

注目のあの話題を徹底解説！

知財TOPICS

特許や意匠、商標など知財にまつわる注目の最新ニュースをご紹介します！
今回は、東北大学特任准教授の稲穂健市先生が
株式会社ノーリツと西日本シティ銀行のトピックについてわかりやすく解説します。

いな ほ けん いち 稲穂健市 先生

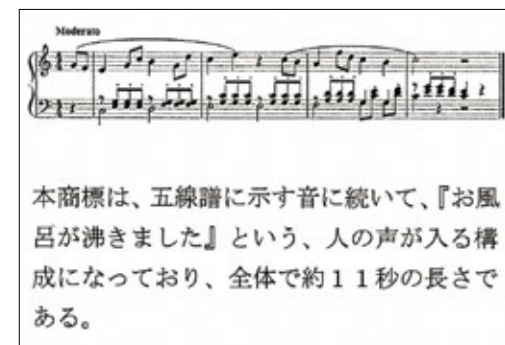
東北大学特任准教授、弁理士、
米国公認会計士（デラウェア州
Certificate）。知財を楽しく分
かりやすく伝える知財啓発に取り
組む。著書は『楽しく学べる
「知財」入門』（講談社現代新書）、
『ロボジョ！杉本麻衣のパテ
ント・ウォーズ』（楽工社）など。



私が解説します！

TOPIC 01

ノーリツ「お風呂が沸きました」でおなじみの音声&メロディーが クラシック音楽を含む音声として音商標に

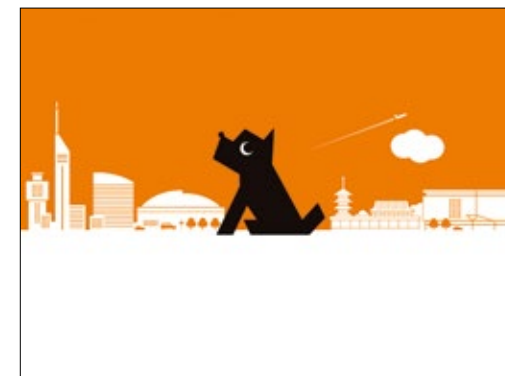


本商標は、五線譜に示す音に続いて、『お風呂が沸きました』という、人の声が入る構成になっており、全体で約11秒の長さである。

ノーリツ製給湯器でお湯はり完了の際に流れる、「人形の夢と目覚め」のメロディーと「お風呂が沸きました」の音声「商標登録第6369662号」としてクラシック音楽を含む音声で商標登録。目が不自由な方のお風呂沸かしをサポートするため、いつの時代にもなじむクラシック音楽と音声案内が組み合わされている。

TOPIC 02

西日本シティ銀行のキャラクター「ワンク」の使用許諾料を 社会福祉団体などに寄付するSDGsプロジェクトをスタート



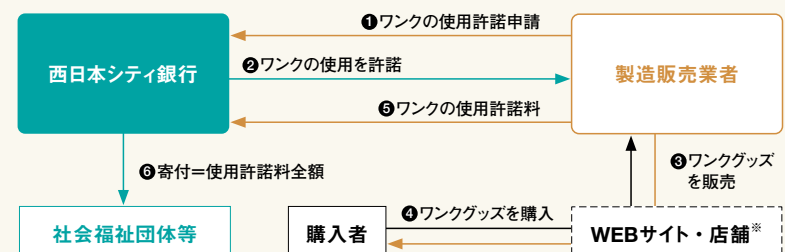
稲穂先生解説 /

画期的な寄付型販売スキームに注目

銀行のキャラクターグッズといえば、そのほとんどがキャンペーンなどで無料で配布されるノベルティでした。銀行法による制約も商品化を妨げていた理由の一つですが、その点で、キャラクターグッズの製造販売を認め、その使用許諾料を社会福祉団体等への寄付に充てるという寄付型販売スキームは

画期的です。

この事業は、グッズを製造販売する業者の利益や、寄付を通じた社会貢献につながるだけではなく、同行のイメージアップとキャラクターの認知度向上にもつながりますから、銀行の「新たな役割」を示した好例といえます。今後登場するワンクグッズが楽しみです。



※西日本シティ銀行の営業店ではありません

なる
ほど!

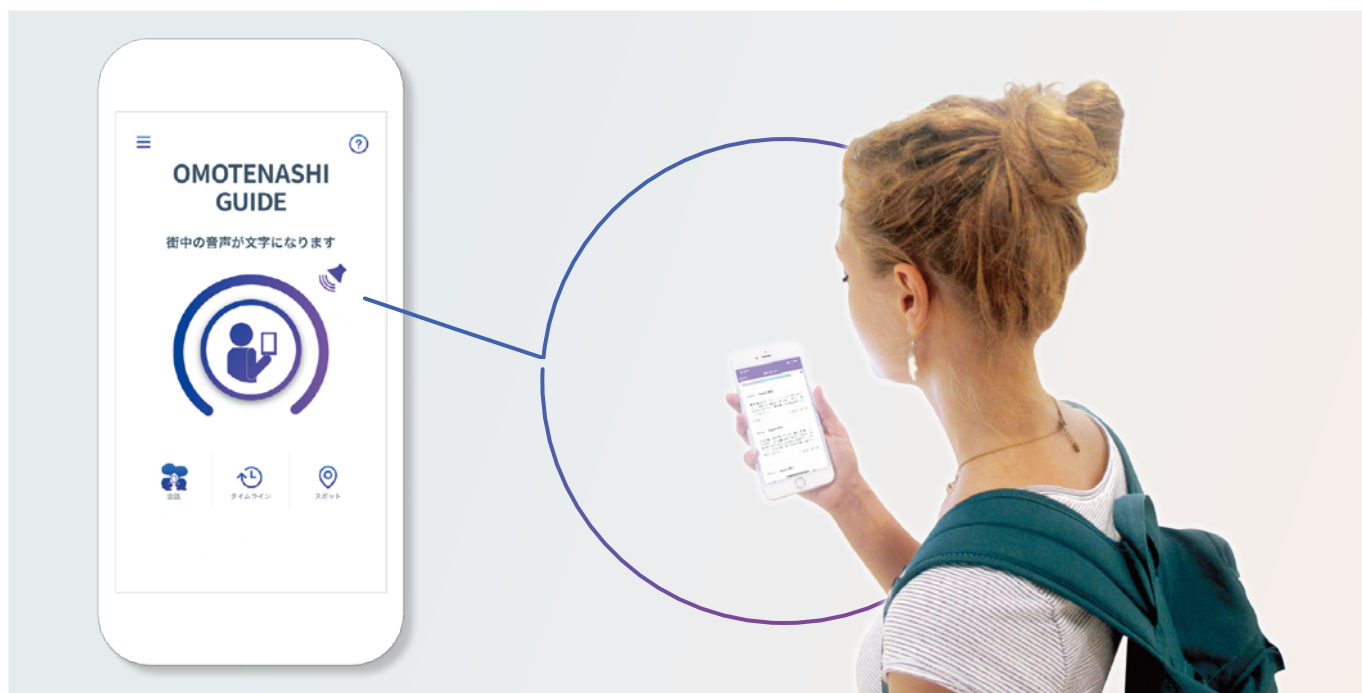
知財セレクション

社会で日々生まれる問題やニーズの解決には、実は多くの知財が貢献しています。このページでは、そうした知財と、知財に支えられた製品・サービスをご紹介します。私たちの未来を切り開くグッドアイデアをセレクトしました。

今回の知財 >> VOL.1

街中の音声アナウンスを好きな言語で文字化できる

音響通信等を利用した多言語情報提供方法(特許第5871088号 など)



COMPANY ヤマハ株式会社

PRODUCT 音のユニバーサルデザイン化
支援システム「おもてなしガイド」

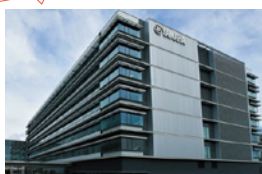
アプリを使うことにより、特定の場所で流れるアナウンスが、端末画面上に指定言語の文字として表示される。駅や商業施設をはじめ国際的なスポーツ大会やイベントなどで活用されている。

特許について >> 無線通信の専用の通信機器を必要とせずに、多様な情報を利用者に提供する技術 ほか



「おもてなしガイド」は美術館や博物館などの音声ガイドとして利用することも可能。同一のアプリで多くの施設の音声ガイドや解説ガイドを利用できるため、ユーザーは施設ごとにアプリをダウンロードする手間も省ける

PROFILE



ヤマハ株式会社

所在地／静岡県浜松市
中区中沢町10-1

TEL／053-460-1111

URL／<https://www.yamaha.com>

設立年／1897年

業種／製造業(楽器・音響機器の
製造販売、電子部品事業など)

従業員数／20,203人

「おもてなしガイド」に対応したアナウンスを放送できるようにするため、多言語放送を簡単に行えるアプリも提供されています。また、音響通信技術をさまざまな製品やサービスに簡単に導入できるよう、SD K(ソフトウェア開発キット)などが用意されているのも特徴です。

「おもてなしガイド」に対応したアナウンスを放送できるようにするため、多言語放送を簡単に行えるアプリも提供されています。また、音響通信技術をさまざまな製品やサービスに簡単に導入できるよう、SD K(ソフトウェア開発キット)などが用意されているのも特徴です。

訪日外国人の増加や障害者差別解消法の施行により、言語や障がいのある壁を超えた社会が求められています。街中や施設で流れる音声アナウンスなどにおいても、外国人や高齢者、聴覚障がい者へ内容を正確に伝えることが大きな課題となっていました。しかし、会話で使われるような自動翻訳機では正確性の面でリスクがあり、音声がいっただけで流れるか分からないので誰かがサポートできるとも限りません。そんな課題に応えるべく企画・開発されたのが、ヤマハ株式会社の「おもてなしガイド」です。

社会の需要に应运て開発
技術は多くの製品に導入可