

地方企業躍進の鍵は、知財にあり



WEB版は
コチラ▶



とっきよ 50

2021.11.22発行

特集 1

IP活用は 地方創生の切り札

PICK UP TOWN ▶ 福井県・鯖江市

TOP RUNNER INTERVIEW ▶ 株式会社西村プレジジョン



特集 2

地域資源を救う 「ブランドの力」

FEATURE ▶ 株式会社エイトワン

知財戦略
どうやって取り組んでるの？
▶ 株式会社悠心

知財レボマンガ

「口頭審理がオンライン化
その背景やメリットは？」

(マンガ：柏原昇店)



ウィズコロナの地方創生 今必要なIPって何？



私が答えます！

キャリアシフト株式会社代表取締役
総務省委嘱 地域情報化アドバイザー
森本 登志男氏

1986年京都大学工学部卒業後、ジャストシステム、Microsoft Corporation(米国)などの勤務を経て、2017年キャリアシフト株式会社を設立。佐賀県最高情報統括監(CIO)や、岡山県特命参与(情報発信担当)なども歴任。全国の地方活性化に幅広く関わる。

オンラインの時代だからこそ 知財の権利化が大事

各自治体・企業が取り組んできた地方創生は、コロナ禍によってほぼ白紙に戻ったと言っても過言ではありません。近年のインバウンド特需も鳴りを潜め、一から考え直さなければいけない事態に陥っています。そうした現代の状況を俯瞰して見ると、自治体・企業は明らかに二極化してきているといえるでしょう。一方は、行政の予算を当てにコロナ禍が過ぎ去るのを待つ受け身の組織。もう一方は、今できることを頑張ろうとオンラインを活用しさまざまな取組を進める組織。アフターコロナを見据えたときに、生き残るのはまず後者で間違いないと思います。例えば、観光客が遠隔で参加するリモートツアーを積極的に企画している事業者は、「場所に縛られない」という利点から幅広い層のユーザーを獲得しつつあり、そうしたユーザーがコロナ禍以降においては固定客として付いてくれる可能性は大いにあります。

オンライン時代の地域・企業の活性化には、大規模な設備投資は必須ではありません。しかし、その反面アイデアが他者に盗まれやすいという危険性もはらんでいます。そこで大事なのが商標などの知財であるといえるでしょう。

SNS隆盛の現代は、「拡散の時代」とも言い換えることができます。独創的なイベントやブランドを立ち上げ、それらの名称などをキーワードにSNSで発信し拡散につながり、ユーザーが増えるという流れが素早く進行する時代です。そうしたプロセスが全てデジタルで展開していく。だからこそ、他企業によってSEO対策などに投資がなされると、瞬間にユーザーが奪われてしまいます。そうしたアイデアの盗用に対してきちんと法的な対抗手段が取れるよう、イベント・ブランドの名称やロゴを商標として権利化することが重要だと考えられます。

一方で、鯖江市に多くあるような技術力を売りにする中小企業にとっては、特許が意味を持ちます。自社の技術を守ることはもちろん、後継者不足を背景に、M&Aによる事業の継承が増えています。この際、特許が自社に有利な交渉を進めていくための大切な材料となります。また、今の時代、さまざまな資金調達の手段がありますが、自社の価値を明確に示せる特許は、出資者からの評価に大きく影響を与えるはずです。

新型コロナウイルス感染症拡大や、テクノロジーの進化・多様化などさまざまな要因によって見通しが立ちづらい時代だからこそ、自社を守るため、価値を上げるための知財が重要であるといえます。



国内外で認知される ブランド「鯖江＝眼鏡」

眼鏡モチーフを町中に掲げる鯖江市は、眼鏡の一大産地。明治時代に農閑期の副業として広められ、現在では眼鏡フレームの国内生産シェア9割以上を誇る。ブランド力を築き海外にも展開。

特集 1

IP活用は 地方創生の切り札

全国の自治体・企業が「地方創生」を合言葉に取組を進めている。今回の特集では、次世代の経営者を筆頭に眼鏡産業のブランディングに取り組んできた福井県鯖江市にフォーカス。地方企業躍進の背景にある知財と、その重要性について迫った。

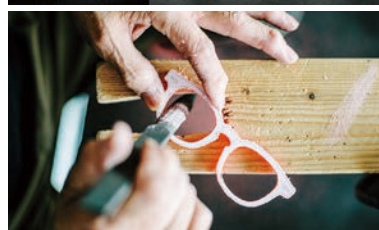
流動化する現代の地方創生 IPが地方の未来を照らす

2014年に制定された「まち・ひと・しごと創生法」を機に、全国の自治体・企業が地方創生を進めてきた。コロナ禍によって地方経済は大きな打撃を受けたが、そうした逆風にも負けず、知恵・工夫を凝らし、さまざまな取組を行っている。

そんな中、地場産業のブランディングと知財を武器にチャレンジを続けている自治体・企業がある。

今回紹介する福井県鯖江市は眼鏡産業を中心としたものづくりの町。2000年代前半の中国製眼鏡の台頭により多くの企業の売り上げが落ち込んだが、市長や若手経営者が主体となって持ち前の技術力を生かしたブランド戦略を推し進めてきた。今回はその中でも、特許を軸に畳むと平らになる薄型眼鏡という画期的な商品を世に送り出し、他企業を巻き込んだ地域活性化に取り組む株式会社西村プレジジョン取材した。

西村プレジジョンが特許を武器に事業を進めてきたように、地方企業躍進には、知財が大きな鍵となる。「流動化する現代の地方創生においてこそ知財は重要である」と説く、地方創生専門家・森本氏に「今地方創生にとって必要な知財とは何かをテーマに話を聞いたので、あわせて紹介したい。



鯖江市のランドマーク、「めがねミュージアム」。「めがねShop」や「体験工房」、歴史が分かる「めがね博物館」があり、眼鏡を見て、触れて、体験することができる。

めがねミュージアム
所在地／福井県鯖江市新横江2-3-4めがね会館
TEL／0778-42-8311

鯖江駅から「めがねミュージアム」までの道を「メガネストリート」として整備。「鯖江＝眼鏡」を演出する眼鏡モチーフが町のあちこちに点在し、訪れる人々を楽しませている。



PICK UP TOWN

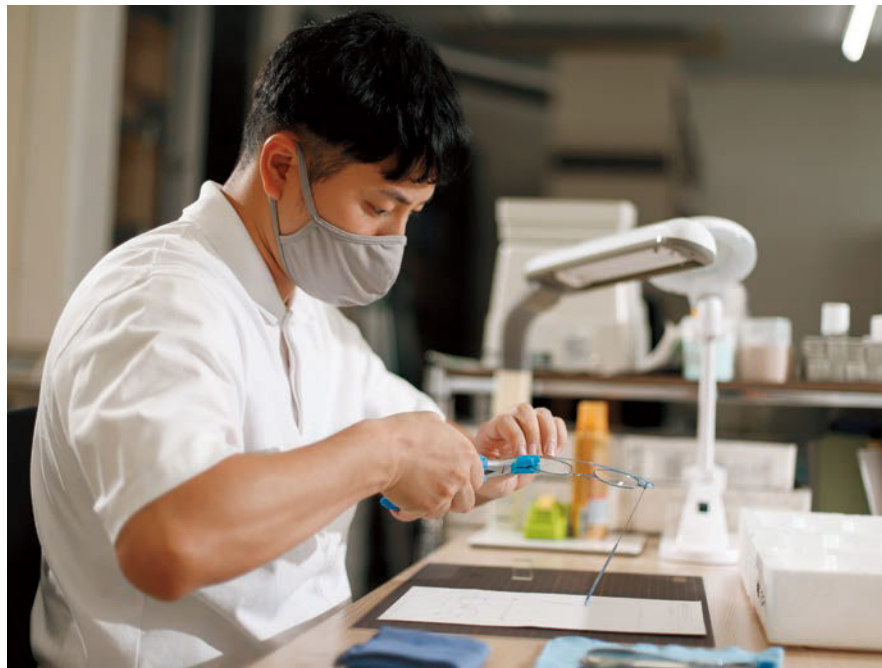


眼鏡をはじめとしたものづくりの町 福井県・鯖江市

福井県のほぼ中央に位置し、人口約7万人を有する鯖江市。恵まれた自然と眼鏡、繊維、漆器の三大地場産業を持つ。

これまで、有数の眼鏡産地であることを軸に、自治体と次世代を担う若手経営者とが一丸となって地域ブランド力を高めてきた。眼鏡の観光産業化を進め、国の公募による「めがねのまち鯖江」元氣再

生事業では2009年「東京ガールズコレクション」にて眼鏡を発信。市民の市政参加を促す「鯖江市民主役条例」の制定など、眼鏡だけにとどまらない地方創生に積極的に取り組んでいる。近年では、ものづくりの工房・企業を集めて一斉開放する体験型の見学イベント「RENEW(リニュー)」を開催し、さらなる注目を集めている。



出来上がったペーパーグラスの最後の仕上げの工程「調子取り」。バランスを取りながらすっきりと平たんに仕上げるのは難しく、手作業での高い技術が要求される。

鼻パッドなしでもすっきりと鼻先に収まる、レンズをつなぐブリッジのデザインも特徴。老眼鏡をはじめ、常用眼鏡のOPシリーズ、サングラスをそろえる。



自慢の商品の特許取得が第二創業の決め手に

異業種の分野では他社と協働する一方で、眼鏡に関する仕事については独自性を追求したいという思いもあります。

今、私は西村金属を離れてペーパーグラスを製造・販売する西村プレジジョンの代表を務めています。ペーパーグラスは量むとフラットになる、携帯性と機能性、デザイン性を兼ね備えた眼鏡です。実は2003年に同様のコンセプトの眼鏡が父の発案で商品化されました。残念ながら一度生産しただけで終わったのですが、私は「いい商品だな」と可能性を感じていました。その後、2008年のリーマンショックで下請けの限界を知り、経営のために直販をする必要性を痛感しました。また、以前から西村金属は兄が継ぐ予定で、私は私で事業を起こしたいという思いもありました。そうした中で、第二創業の決め手となったのがペーパーグラスの特許取得でした。

特許は、商品価値を維持するために重要なもの。これがないと、いくらいい物を作っても他社にまねされて価値が維持できない。中小企業は特に、商売が成り立たなくなります。ですのでペーパーグラスの商品力だけでなく、価値を

眼鏡作りを理想の仕事に安心して働ける町をつくりたい

ペーパーグラスは老眼鏡から始まりました。百貨店の催事場などでお客さんに話を聞くと、「時計や宝飾品はワクワクして買える場所があるけど、老眼鏡はそうした

守る特許の両方が備わったことで事業としてやっていけると思い2012年に第二創業しました。

特許の必要性は父も感じており、以前から出願していましたが、なかなか取得できなかった。そこで出願内容を見せてもらったところ、「量むと薄くなる」という点だけに着目していたんです。しかしペーパーグラスの特許としての価値はそこだけではありません。リムとテンプルをつなぐ智と呼ばれる部分が、通常の水平ではなく斜めに下がっているおかげで量むと薄くなり、また顔にフィットする。この点に着目することで特許を取得できたので、申請内容の大事さを実感しましたね。

場所も商品もない「いつもコンコンと買っている」と言っんです。そうした声を受けて改良を重ね商品化し、売り場をつくってきました。いずれ「ペーパーグラス」が、「老眼鏡」という言葉に成り代わるくらい普及させたいですね。

その結果、鯖江の眼鏡産業に関わる人みんなが安心して働ける社会づくりに貢献できればと考えています。ペーパーグラスを作る工程で10社が関わっていますが、その職人が不安を持ちながら働き続けることがあつては駄目ですし、どうせなら理想の仕事であつてほしい。スイスの町・バーゼルは、地場産業の時計製造がブランド化・観光産業化されていて、さらに職人がマイスター制度で守られています。働くことが安心して生活できる手段であり、誇りになっているんです。例えば他業種と連携して自慢の眼鏡をさらに観光産業化していけるような、そういう取組を少しずつ進めているところです。

TOP RUNNER INTERVIEW

福井県・鯖江市

株式会社

西村プレジジョン

代表取締役社長

にし むら あき ひろ
西村昭宏

1978年生まれ、鯖江市出身。大学卒業後勤めたIT関連企業を退職し、25歳頃、家業の株式会社西村金属に入社。2012年6月西村金属の関連企業である西村プレジジョンの代表取締役社長に就任。鯖江商工会議所青年部・監事、日本商工会議所青年部・筆頭副会長も務める。

>> PROFILE

株式会社西村プレジジョン

1993年に株式会社西村金属の貿易部門として設立。2013年からペーパーグラスの販売を開始した。眼鏡や眼鏡部品の企画製造、仕入れおよび販売、精密機械部品の仕入れおよび販売などを行う。



所在地／福井県鯖江市丸山町3-5-18 TEL／0778-51-0127
URL／<https://www.paperglass.jp> 設立年／1993年
業種／製造業 従業員数／50名

職人が誇りを持てる会社、そして町を目指して

元気がない故郷に帰って 家業で異業種へアプローチ

鯖江の人って鯖江のことが好きなんですよ。日本一社長が多い町といわれていますし、人口7万人ですが、「平成の大合併」の時も他市町と合併しなかった。自分たちで生き抜く自負がある。眼鏡産業への思い入れも強いですね。私も例に漏れず、大学で県外に出ても「いずれは家業である西村金属の眼鏡製造を手伝う」という思いがありました。

そして2003年、父に「家業が大変だ。こういう時こそ家族で頑張ろう」と言われ、東京で勤めていた会社を辞めて西村金属で働き始めました。その頃は町に元気がないのを肌で感じましたね。というのも2000年から眼鏡の生産が中国に一気にシフトし始め、2003年までに売り上げが半減するような状態だったんです。

西村金属は20年前まで売り上げの全てが眼鏡の部品でした。でもそれだけではやっていけない状況になったので、思い切つて違うことをしようと考えました。それからこれまで培ってきた職人のスキルと設備を生かしてチタン加工に特化した会社となり、今は金属部品や半導体など眼鏡以外の業界の部品製造が80%を占めています。

異業種への転換で大きなポイントとなったのが、当時普及し始めたインターネットです。「自社ではこういうチタンの加工ができます」という情報を発信したんです。これは父から大きな反対を受けました。「積み上げてきたノウハウが盗まれたらどうするんだ」と。ですが私は、WEBに少し情報を出したくらいでは盗めないという確信がありました。また、いくら優れた技術を持っていたとしても「何ができるか」が分からないとお客さんは仕事を依頼できません。なんとか父を説得しWEBでの発信を続けた結果、事業は波に乗り、2003年からの5年間で売り上げが2.5倍にV字回復しました。

今では他の鯖江の企業にも、医療部品の製造などさまざまな業界の仕事が舞い込むようになりました。背景には、私も関わり2009年に設立した「チタンクリエーター福井」の存在も少なからずあると思います。これは西村金属と同じような仕事をしている鯖江の会社が集まった集団ですが、眼鏡関連以外の仕事はノウハウを共有しながら共同で仕事を受注しています。これによって自社のキャパシティを超えた仕事も協力してできるようになり、地域に「眼鏡以外の分野でもやっていこう」という思いも芽生えていきました。





写真上：驚くようなボリューム感と、ふわりとした軽い触り心地が特徴の「yume」は、伊織の人気商品。
写真下：伊織の肌触りの良さを生かしたベビー用品も多数展開。オーガニックコットンをベースにした商品も。



お話を聞いたのは

むら かみ ゆう じ
常務取締役 村上雄二氏

1979年生まれ、愛媛県新居浜市出身。地元の愛媛大学卒業後、愛媛での就職を経て、東京都内の銀行に勤める。その間大学同期の同社代表取締役社長・大藪崇氏に道後温泉でのホテルの立ち上げに誘われ、参加。エイトワンの創業に携わる。

を畳むのではなく竿に掛けることで柄が目立つようにディスプレイしたんです。当時はそういうお店が少なかったので、街行く人の目を引くことができたのだと思います。

ちなみに伊織のロゴは、伊予の織物であることを世界に発信したいという思いを込めて、漢字とタオルのバイル地の模様で構成しています。こうした思いを権利として守るために、弊社関連のロゴはすべて商標登録しています。ただ海外展開を始めた当初はトラブルもありました。中国・香港・台湾で展開しようとロゴ・ブランド名の商標出願を行ったところ、中国と香港では半年前に先に取られていたんです。そこで知財の重要性和早く手続きをする必要性が身に染みて分かりました。

現在、弊社では特に知財専門の部門はなく、弁理士に手続きをしてもらって私がその窓口をしています。でも今後も海外展開すること考えると、知財に関する機能の強化も必要だと感じています。

今あるものを生かすことが地域のためにつながる

伊織以外にも、弊社のグループ会社には愛媛みかんを扱う「TEN」や、宇和島鯛めしの「丸水」といったブランドもあります。この

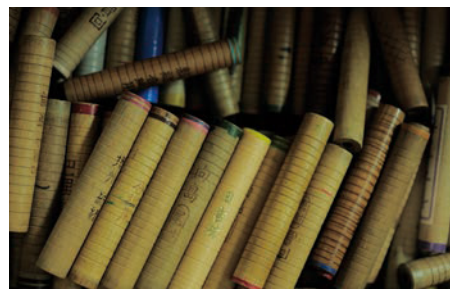
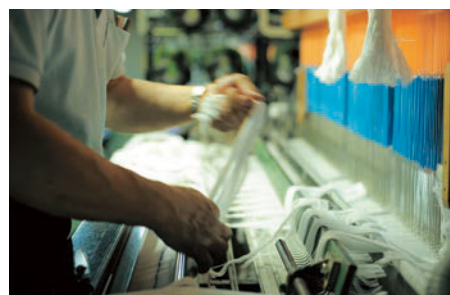
「あるもの磨き」で地元・愛媛を元気に

内、丸水は郷土料理の宇和島鯛めしの老舗が閉店した後、復活を望む声に大藪が応えてブランドを譲り受けました。でも元の宇和島ではなく、松山の観光地に移転して復活させたんです。すると、元々おいしかったのも大きいと思いますが人気が出て。今では丸水のある通りは50mごとに鯛めし店がある鯛めし通りになりました。これをライバルが増えたという見方もできますが、宇和島鯛めしに注目が集まったから良かったとポジティブに考えています。

このように私たちは地域にあるいいものを見せ方を工夫したり、改めてストーリーや背景を伝えたりすることでリブランディングしてきました。ないものねだりではなく、「あるもの磨き」をしているというか。ただ全ての事業が成功してきたわけではなく、失敗も、地域の方にご迷惑をお掛けすることもあります。だから地域に貢献



かんきつ産業を活性化したいという思いから始まった「TEN」。素材そのものの色合いを生かしたモダンなパッケージが秀逸。



10カ所以上の協力工場で製造。各工場に得意分野があり、それぞれの強みを生かした商品づくりを心掛ける。後継者問題で悩んでいた100年以上の歴史ある工場をなくすのが惜しいという思いから、大藪氏がM&Aによりグループ会社としたものもある。

しているなんて言うのはとてもおこがましい(笑)。地域の方と助け合いながら「エイトワン」があつて良かった」と思ってもらえるよう頑張っているところです。

今後はより一層、私たちが地域にできることがないかを探していきます。例えば四国は空き家がとても多く、5軒に1軒は空き家という状況です。その空き家と都会の人とのマッチングサービスとか、そうしたチャレンジもしていきたいと考えています。



エイトワンの主軸ブランドである「伊織」。国内最大規模のタオル産地・今治の、伝統ある技術力を生かしたタオルを製造・販売する。タオル製造の技術を取り入れたベビー用品や衣類など、複数の派生ブランドを展開。



》 PROFILE

株式会社エイトワン

所在地／愛媛県松山市湯渡町10-25
TEL／089-997-7181
URL／<https://www.eightone.jp>
設立年／2006年
業種／製造業、サービス業
従業員数／約200名

特集2

「地域資源を救うブランドの力」

FEATURE 》株式会社エイトワン

地方創生が叫ばれる中、各地の秘めた魅力あるものを現代向けに翻訳し、ブランドとして発信する企業がある。

2006年、広島県出身の創業者・大藪崇氏が大学時代に過ごした愛媛への思い入れから設立した株式会社エイトワンもその一つだ。同社の沿革やその中の商標にまつわるエピソードを、創業時から参画し、常務取締役を務める村上雄二氏に語ってもらった。

思いを守るための商標登録 海外展開で感じたその難しさ

弊社のタオル事業のルーツは、創業当時に行っていた道後温泉でのホテル事業にあります。この頃ちようと今治タオルがブランドとして全国的に認識され始めたタイミングで、宿泊客から「松山で今治

タオルを買う店はないの？」と聞かれることが多かったんです。その声に応えるために、道後温泉にお土産としてタオルを買うタオル専門店「伊織」をつくりました。

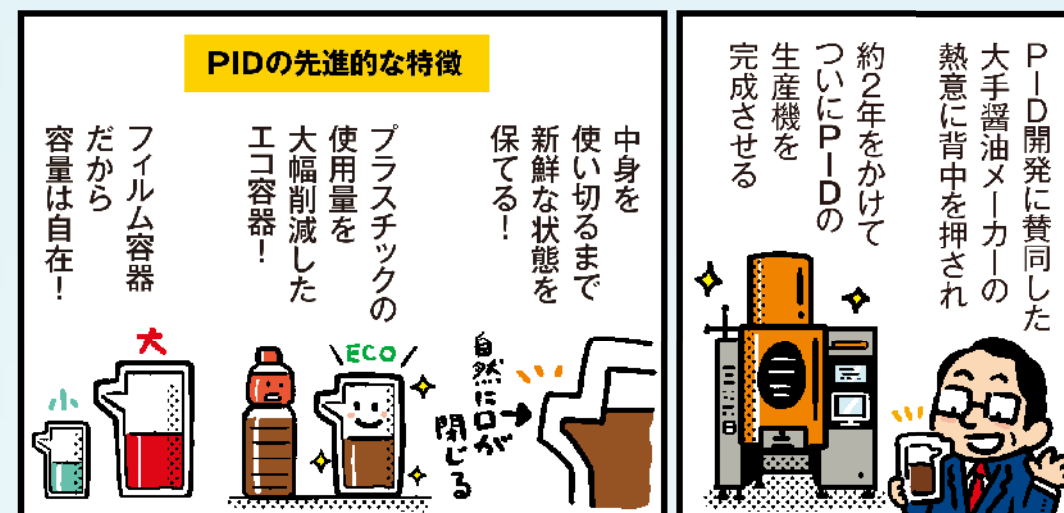
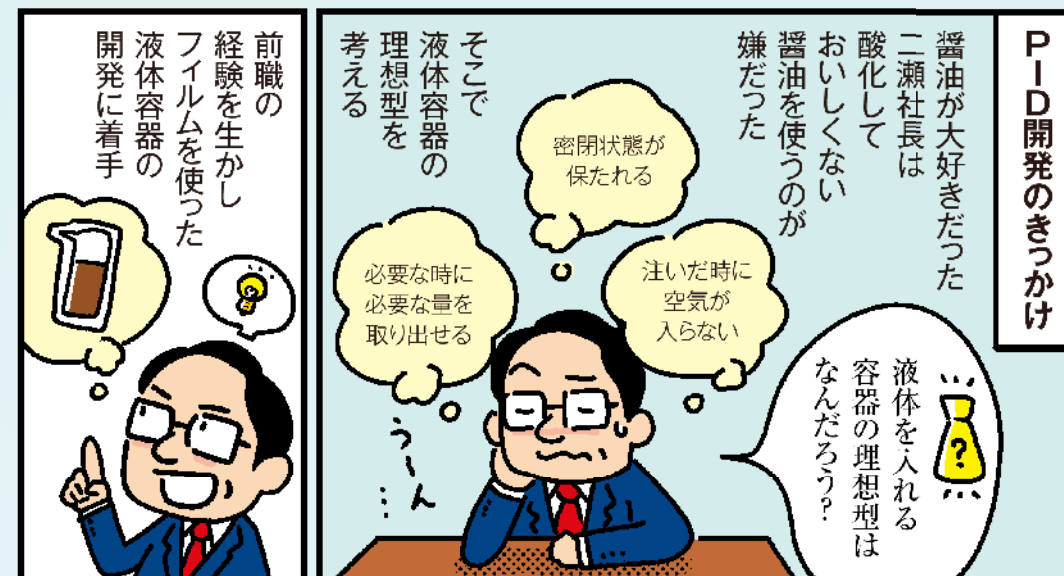
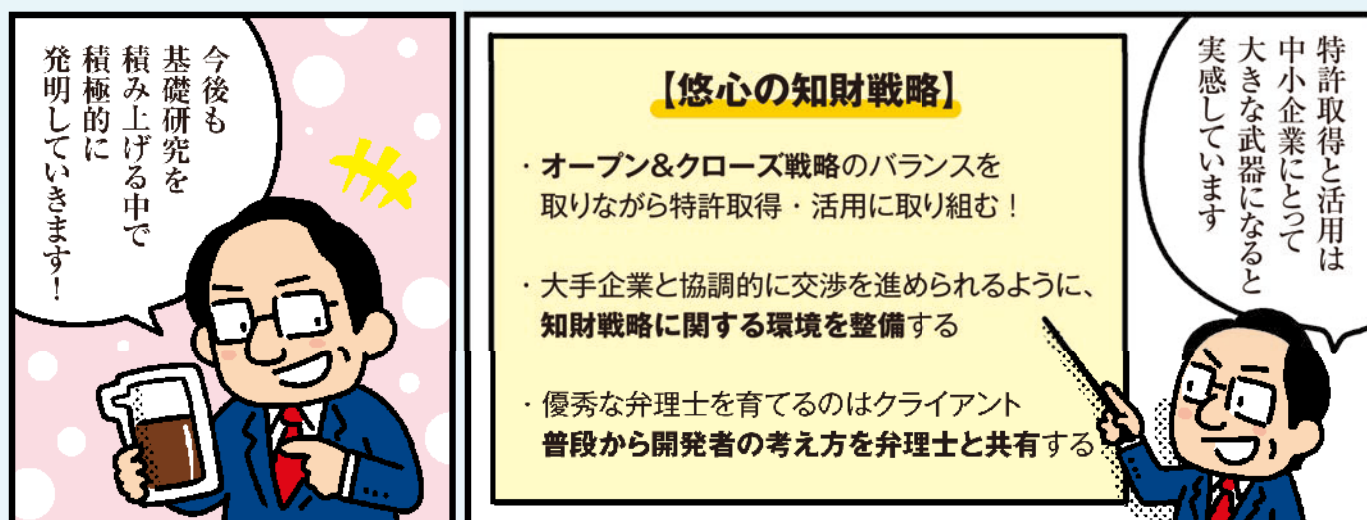
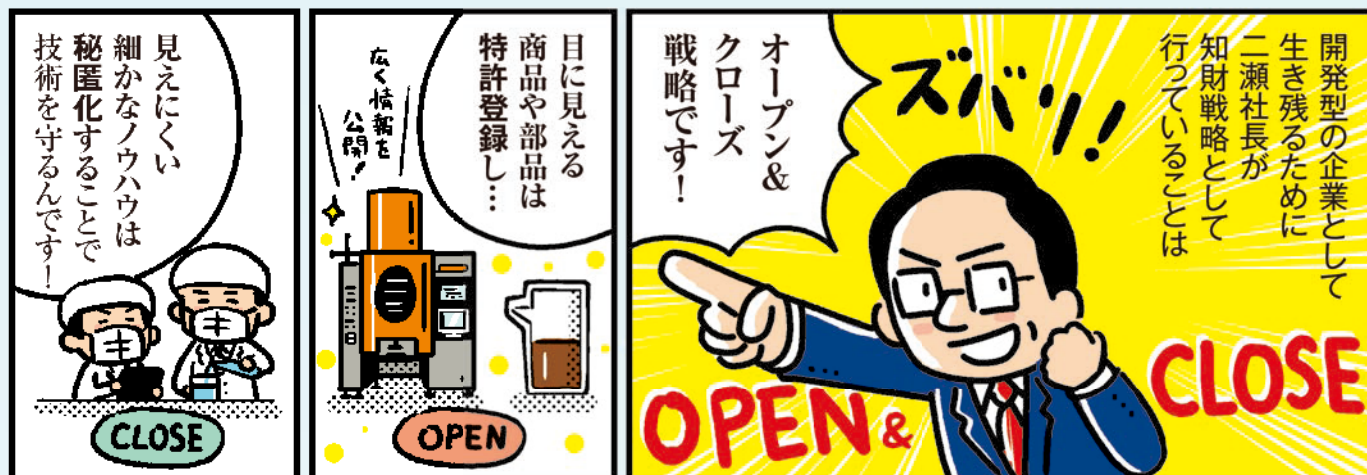
経営していたホテルのフロントでも、宿泊者向けに8種類の伊織のバスタオルのレンタルを始めたのですが、それも好評で、今治タオルの質に手応えを感じていましたね。当時は社内外から「誰がお土産でタオルを買うんだ」と反対されたものです(笑)。今では国内外で20店舗、伊織を展開しています。一号店を出す際に意識したことが二つあります。一つは、今治タオルらしい肌触りの良さと吸水力の高さという品質面です。そしてもう一つがデザイン面を工夫し目を引くということ。今治タオルには先に糸を染めてから織って柄を表現する先染めジャカードという手法で作られた、華やかでギフト向きのタオルがあります。これ

知財戦略

どうやって取り組んでるの？

Vol. 2 ミ 株式会社悠心

知財戦略に取り組む企業をピックアップ！
今回は、社長自身が発明者であり技術開発の指揮を執りながら、
基礎研究の結果を商品開発に直接生かして独創的な商品を展開する悠心をご紹介します。



INTERVIEW

代表取締役社長 二瀬 克規氏

若い頃の苦い経験を経て知財の重要性を痛感しました。私たちのような中小企業でも、知財戦略に取り組むことで技術を守りながら、大きな企業とも対等に渡り合えると感じています。特許は大きな武器になります。



PROFILE

株式会社悠心

所在地／新潟県三条市 柳川新田964
URL／<http://dangan-v.com>
設立年／2007年
業種／産業・エネルギー
従業員数／19人



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、仙台にある東北経済産業局に
出向し地方ユーザーのために
奔走する匠が登場します。

This month's person

東北経済産業局 地域経済部
産業技術革新課 知的財産室

なす
那須 マリナ

2010年4月入庁。茨城県出身。情報シ
ステム室情報技術企画班、普及支援課
総括班、国際政策課国際出願企画班、
審査業務課登録室などを経て19年より
現職。東日本大震災後の福島県富岡町
での自治体業務支援や内閣府知的財産
戦略推進事務局への出向も経験。

広い東北と特許庁をつなぐ
窓口でありたい

知財との出会いは大学時代。
特許情報を検索する講義があり、
人気アイスマルク商品の特許につ
いて調べたことから、知財を身
近に感じ、特許庁の仕事に興味
を持ちました。入庁後は庶務や
総括から具体的な支援に入る業
務まで幅広く経験し、現在は東
北経済産業局に出向しています。
知的財産室では、東北六県の
企業に対して知財の観点から支
援を行っています。小さな製造
業者や農林水産系の会社が多い
地域ですが、大学発のベンチャ
ーや東日本大震災後の若い世代
の移住・創業といった新しい風
も吹いています。そのようなさ
まざまな方に対し、知的財産室



匠の
こだわり

「傾聴」でニーズを聞き出す

企業の担当者と直接対話する機会が多い、東北経済産業局での業務。少しでも企業の方にとって有益な情報を伝えるためには、まず相手の方が言いたいことをしっかり引き出す必要があります。「傾聴」を大切に、言葉が出やすい和やかな雰囲気づくりを心掛けています。

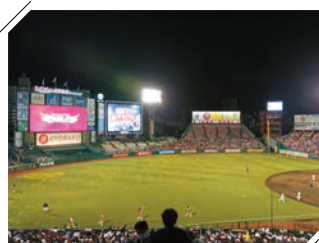
もっと

クローズアップ!



東北企業を
パッケージデザインで応援中

「おいしい東北パッケージデザイン展」の開催も仕事の一つ。東北地域にある企業の商品のパッケージデザインを全国から募集し審査する取組で、知財としてのデザインの意識啓発・制度普及を図っています。



プロ野球の
試合観戦に行きました

仙台には、プロ野球チームの本拠地があります。街が一丸となって応援しており、試合開催に合わせてさまざまなイベントが開催されることも。元々野球が好きで、休日にはスタジアムに足を運びリフレッシュしています。

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、まずはご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
あなたの会社にも他業に負けない「何か」があるはず。その「何か」を意図してみませんか?

INPITがお手伝いしました!

知的財産権の取得が ブランド化の土台に!

〔株式会社今井産業〕

支援概要

今井産業の今井様が、ある展示会で段ボール製家具を目にし、「段ボール構造を木材で実現できれば面白い」と考えたのがきっかけで、建築廃材を活用した木材の連続曲げ加工技術の開発に取り組みました。その中で、開発した技術を特許出願によって保護することを検討し、知

財総合支援窓口にご相談。弁理士と連携した継続的な支援によって、7つの特許・商標を取得。さらに、中小企業診断士や青森県知財経営支援チームと連携することで、社内体制の整備や事業の魅力を引き出すブランド戦略などについても幅広くサポートしました。

支援成果

開発した技術を特許として保護すること、その技術によって生まれた製品である「e.wood+」などを商標登録することで、事業全体のブランド化の土台ができました。“技術”と“ブランド”

を組み合わせた知財活動の結果、協業先からの信頼獲得や売上増によるスタッフの増員につながり、さらに、2018年には東北地方発明表彰で特許庁長官賞を受賞しました。



(左) 青森県知財総合支援窓口 星田様
(右) 株式会社今井産業 今井様

青森県知財総合支援窓口
星田様より

これまで国内で素材開発、協業先との製品開発を積極的に進めてこられました。今後計画されている海外展開など、意欲的な取組を引き続き支援させていただきます。

株式会社今井産業
今井様より

技術力だけで中小企業が成長するのは難しく、それに加えてブランディングという観点に着目し、複合的な視点で知財活動に取り組むことが重要であると感じています。



PROFILE |

株式会社今井産業

所在地／青森県平川市新館藤山16-1
TEL／0172-44-2145(代)
URL／http://www.imaissyangyou.com
設立年／1948年
業種／卸・小売業 従業員数／30人

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がいたします

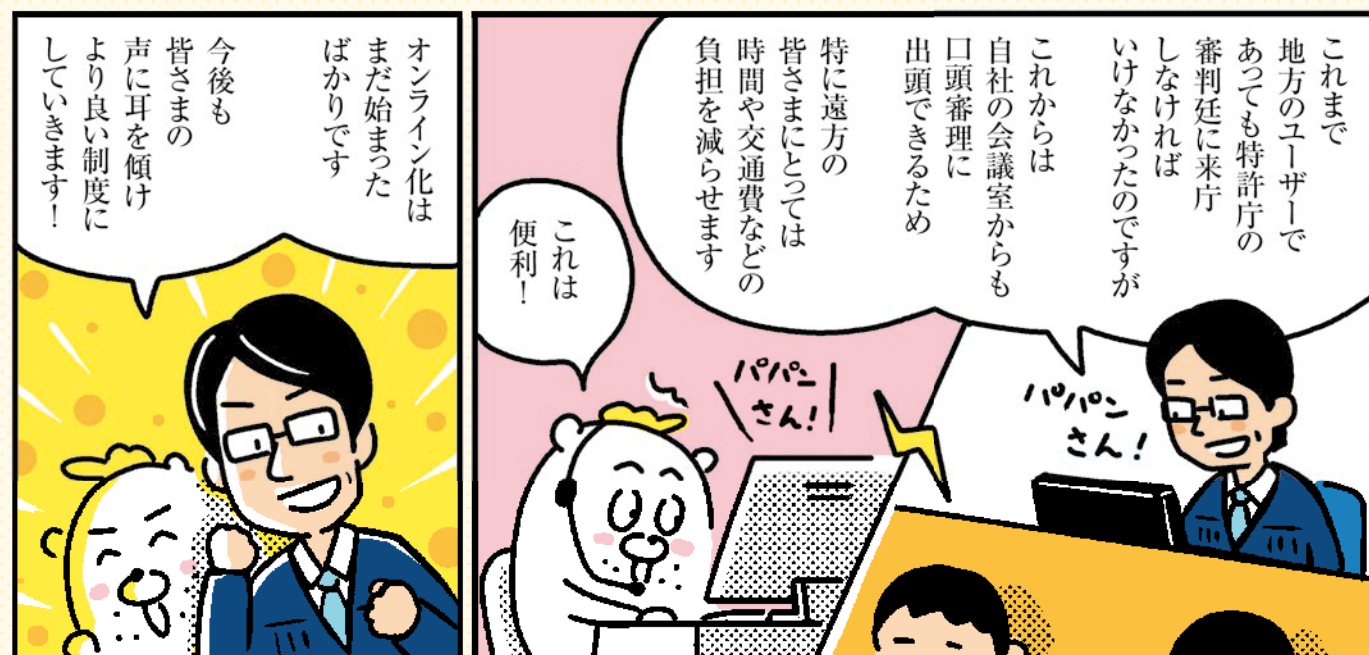
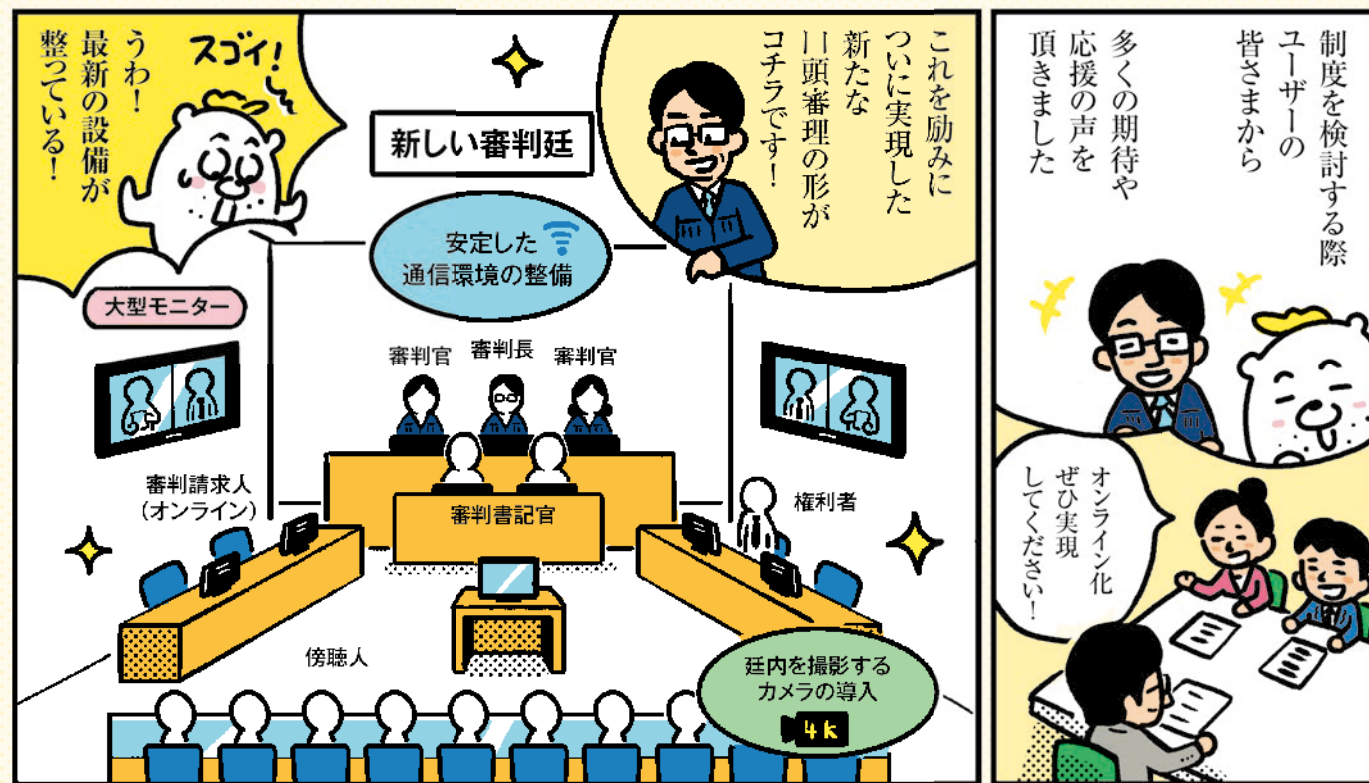
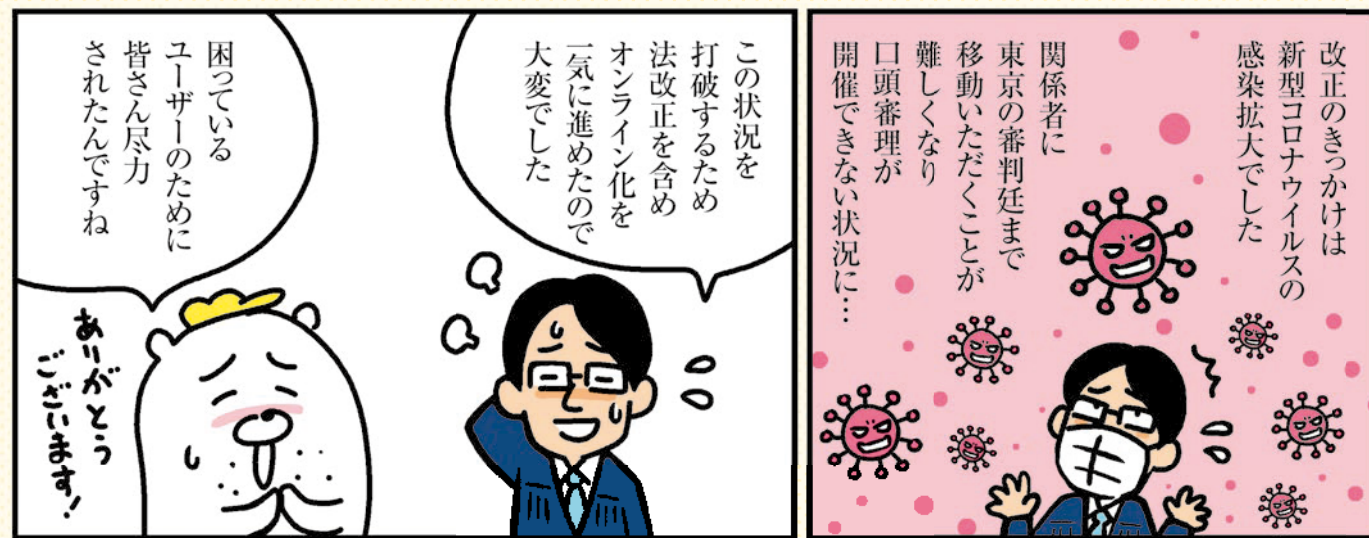
知財総合支援窓口 知財ポータル

WEB

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



WEBサイトは
こちらから



イラストレーター パパンがゆく！

マンガでわかる知財！

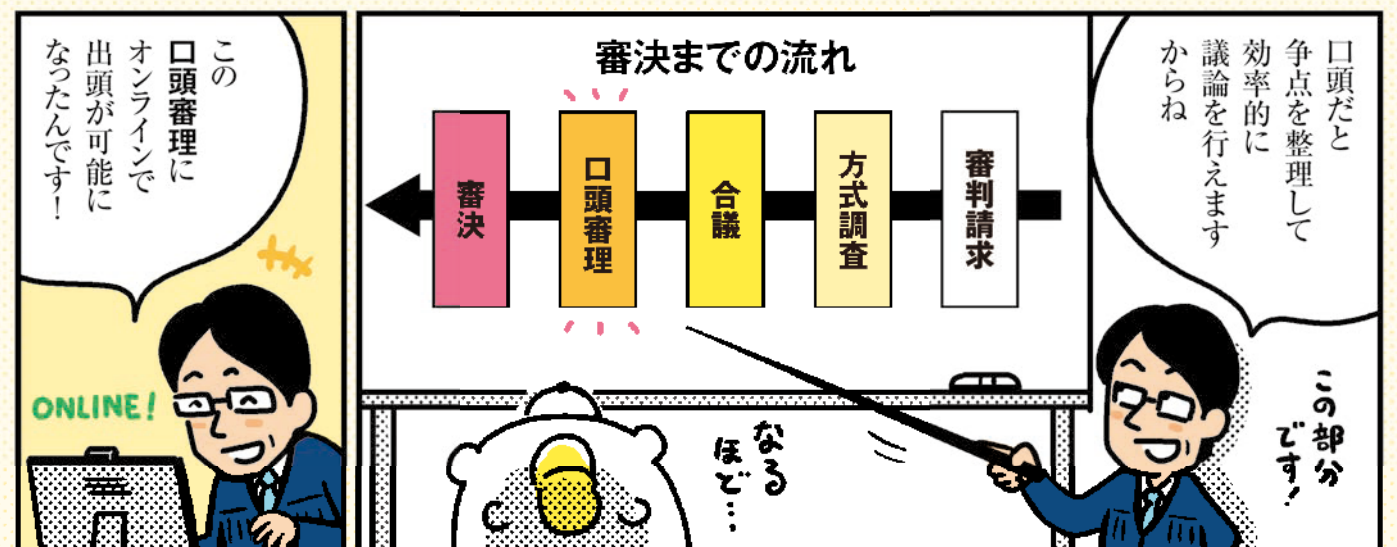
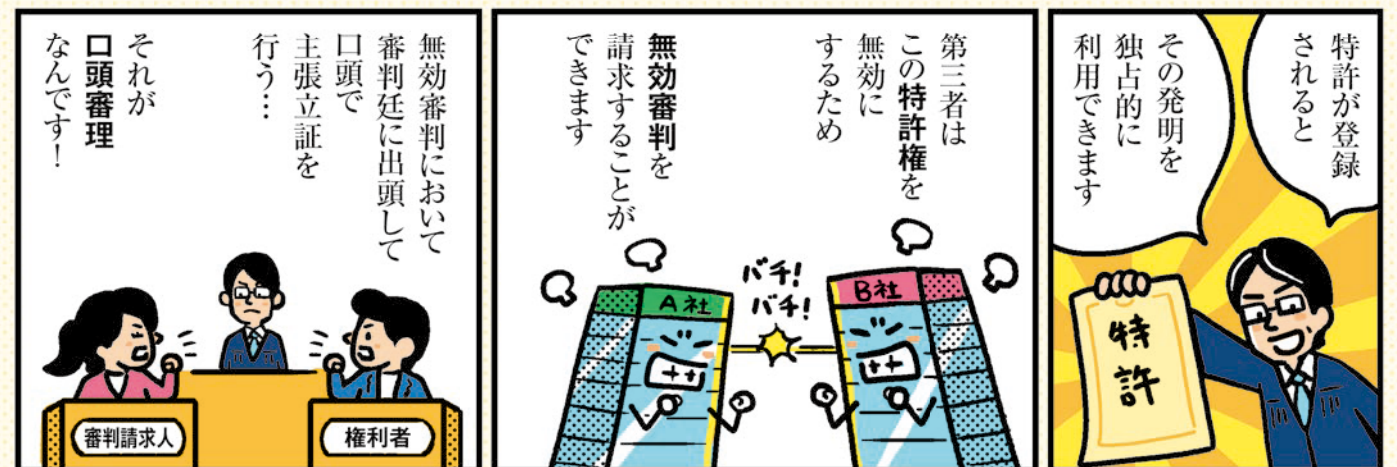


イラストレーター
かしわばらしょうてん
柏原昇店さん

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

「口頭審理のオンライン化のメリットは？」

2021年10月から、特許の無効審判などで行われる口頭審理がオンラインでも実施可能になりました。そもそも口頭審理とは？ オンライン化のメリットって？ 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 地域と特許庁を結ぶイベント
「つながる特許庁」を開催します

特許庁は、日本各地を訪問し地域の皆さまと直接つながることにより知的財産を身近に感じていただき、また、地域と全国をつなげることで各地の知的財産の取組を全国へ発信するイベント「つながる特許庁」を、全国6都市で順次開催しています。イベントの様子はYouTube Liveでオンライン配信し、開催後は期間限定でアーカイブ配信も行います。ぜひ開催地域以外の方もご視聴ください。

開催地は全国6都市

【近畿】大阪府大阪市(11月11日終了) 【中部】三重県津市(12月14日)
【関東】新潟県長岡市(12月24日予定) 【関東】長野県松本市(2022年1月31日予定)
【四国】香川県高松市(2022年1月予定) 【東北】福島県郡山市(2022年2月9日予定)

※日程やプログラムなどの詳細は、右下の特設サイトに順次お知らせいたします



第2回開催は【中部】三重県津市

【開催日】2021年12月14日(火) 【開催場所】ホテルグリーンパーク津(三重県津市羽所町700)

参加費無料

【参加申し込み方法】右下の特設サイトからお申し込みいただけます。

※本イベントの開催に当たっては、現地会場へお越しの皆さまの安全に配慮し、政府、自治体および会場の指針などに沿って、新型コロナウイルス感染症対策のため、マスクの着用やアルコール消毒、検温、ソーシャルディスタンスの確保などの対策を実施します。ご来場の皆さまにおかれましては、何卒ご理解・ご協力の程、よろしくお願いいたします

知財が分かる！コンテンツ

聞く >> 開催地域の先進的な取組事例の紹介、知的財産活用の気付きとなるセミナー
見る >> 特許庁の支援施策などを紹介する展示・パンフレットコーナー
相談する >> 知的財産や経営に関する悩みにお答えする相談コーナー

主催／特許庁、東北経済産業局、関東経済産業局、中部経済産業局、近畿経済産業局、四国経済産業局
共催／INPIT〔(独)工業所有権情報・研修館〕

詳細はこちらから

「つながる特許庁」
特設サイト／特許庁HP

2 印紙の購入に貼付…面倒な手続きが不要に！
これからは銀行振込で予納ができます！

特許庁では、予納について、特許印紙以外の入金手続として銀行振込(現金納付)を可能とする法改正を行い、令和3年10月1日から受付をスタートしました。
【特許法等の一部を改正する法律(令和3年5月21日法律第42号)】



手続の流れ



詳細はこちらから

「銀行振込による
予納について」ご案内／
特許庁HP



とっきよ Vol.50

発行：2021年11月22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

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.51)を送付いたします。



「とっきよ」
アンケート

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について、
内田・鮫島法律事務所の先生が分かりやすく解説！今回は、松山市発祥の
野球拳おどりと株式会社 明治「たけのこの里」のトピックについて解説します。

弁護士法人
内田・鮫島法律事務所

理学・工学系の経歴を持つ弁
理士が多く所属。中小企業から、
日本を代表するメーカーまで
幅広い技術系企業の法務をは
じめ、知的財産やIT法務などを
専門的に行っている。



TOPIC 01

松山市が発祥のお座敷芸「野球拳」を元にした「野球拳おどり」
松山市と松山商工会議所が出願し、商標登録へ

愛媛県松山市発祥のお座敷芸「野球拳」が元になった「野球拳おどり」の名称について、松山市と松山商工会議所が商標出願を行い、8月26日付で登録に至った。「野球拳おどり」は夏の松山まつりで披露されることでも知られている。地域名を含む特産品の名称と違い、地域名を含まない踊りの名称が商標登録に至ることは珍しい。

解説／

「野球拳おどり」の商標登録のハードル

商標法には、地域名+商品・サービス名の商標(例：「米沢牛」など)について、商標登録のハードルを下げる地域団体商標という制度があります。しかし、「野球拳おどり」には地域名が含まれていないため、地域団体商標ではなく、通常の商標として出願され、登録されました。

「野球拳おどり」と聞くと、大正時代から受け継がれた松山市独自の伝統芸能であると容易に識別できることなどから登録が認められ

たものと考えられます。地方公共団体が地域ブランド関係の商標を出願することはありますが、その中でも比較的珍しいケースであるといえるでしょう。
(文責：市橋景子)



COMMENTARY 01

TOPIC 02

明治「たけのこの里」の形状が立体商標として登録
例外的な制度を利用することで実現

解説／

ロングセラーの実績が登録を後押し

通常、商品の形状自体は立体商標として登録できませんが、例外として、長年の使用により、その形状自体が他の商品と区別可能な場合は登録が認められます。「たけのこの里」は、その例外ケースに当たります。

登録までの審査では、テレビCM、新聞広告の他、アンケート調査で回答者の89%が「たけのこの里」の形状だけで商品名を回答した結果を提出。全国的な知名度が認められ登録に至りました。お菓子の立体的形状に関する過去事例と比べ、本商標はロゴなどを含

まないシンプルな形状で登録が認められた点に注目です。商品の魅力とロングセラーとしての実績が登録を後押ししたといえます。
(文責：山口建章)



「きのこの山」の
商標に関する
エピソードは
とっきよVol.40を
チェック！



COMMENTARY 02

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.2

鮮明な 空中ディスプレイで パネルに接触せず 操作できる

立体像結像装置の製造方法
(特許第6203989号 など)

COMPANY >>

株式会社アスカネット

PRODUCT >>

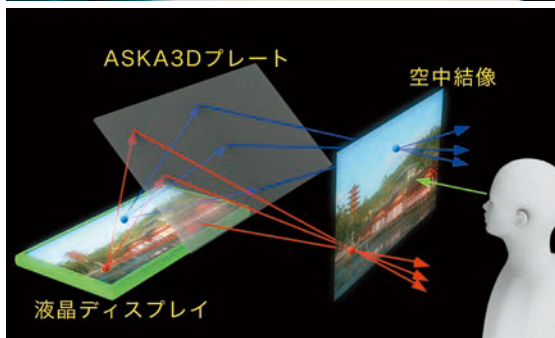
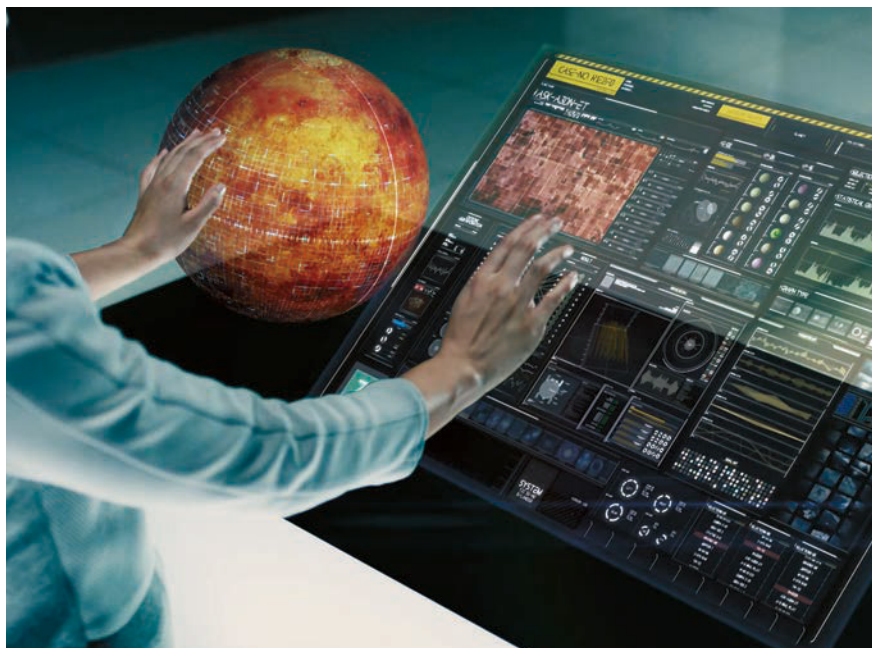
非接触システムを実現
空中ディスプレイ「ASKA3Dプレート」

ガラス板のような形状の特殊な「3Dプレート」。光線が通過することで、何もない空中に鮮やかな映像や物体を浮かび上がらせる。センサーや触覚を加えれば、非接触型の空中ディスプレイとしても利用が可能。

<https://aska3d.com/ja/>

【特許について】

製造が容易でより鮮明な立体像を映し出すことが可能な立体像結像装置を製造する方法 ほか



「ASKA3Dプレート」は、コロナ禍に求められる非接触で清潔な空中タッチパネルや、目を引くデジタルサイネージにおける活用も開始している。近未来の具現化のような技術は国内外の展示会でも注目される。

「ASKA3Dプレート」の起源は、今から30年前。北九州にある鉄鋼関係のエンジニアリング会社で製鉄所の生産技術における研究開発に従事していた大坪氏が、3次元という技術に興味を持ったところから構想が始まりました。東京出張の際に乗った新幹線の窓ガラスから着想を得て、立体像結像装置を発明し、最初に特許を出願したのは1997年のことです。その後研究を進めるも、当時の社長から「鉄鋼関係のビジネス化は難しい。自分でベンチャー会社を立ち上げて頑張れ」と激励され、独立。国立大学と産学連携での研究を進めたものの、数年で資金難に陥りました。

苦節30年の末に完成
夢をかかなる空中結像システム

研究存続の危機に直面しても諦めなかった大坪氏は、研究の場を模索し続けます。そのとき出会ったのが、広島が本拠地のアスカネットでした。2011年に開発者として入社し、「ASKA3Dプレート」の核となる特許を登録。その後、ゼロからの商品化に取り組みます。スタッフと共に仮想スタジオで光学シミュレーションをし、委託加工会社とディスプレインをして原理共有しながら、量産化できる形にするためのトライアンドエラーを重ねる日々。積年の思いが実を結び量産化が実現したのは、2017年のことでした。

「思いをかたちに」という経営理念と「未来に感動を」という企業メッセージを掲げるアスカネットは、人々の喜びや驚き、便利さを追求し続けてきた会社。「ASKA3Dプレート」は、入射角を広げさらに実用的に改良する研究が進められています。現在、空中ディスプレイ導入の実証実験も進行中。今後は認知度も上がっていきそうです。



PROFILE

株式会社アスカネット

所在地／広島県広島市安佐南区祇園3-28-14
TEL／082-850-1200(代)
URL／<https://www.asukanet.co.jp>
設立年／1995年 業種／サービス業(フォトブック事業、フューネラル事業、空中ディスプレイ事業) 従業員数／375名