

今も昔も。私たちの生活を支える知財



WEB版は
コチラ▶



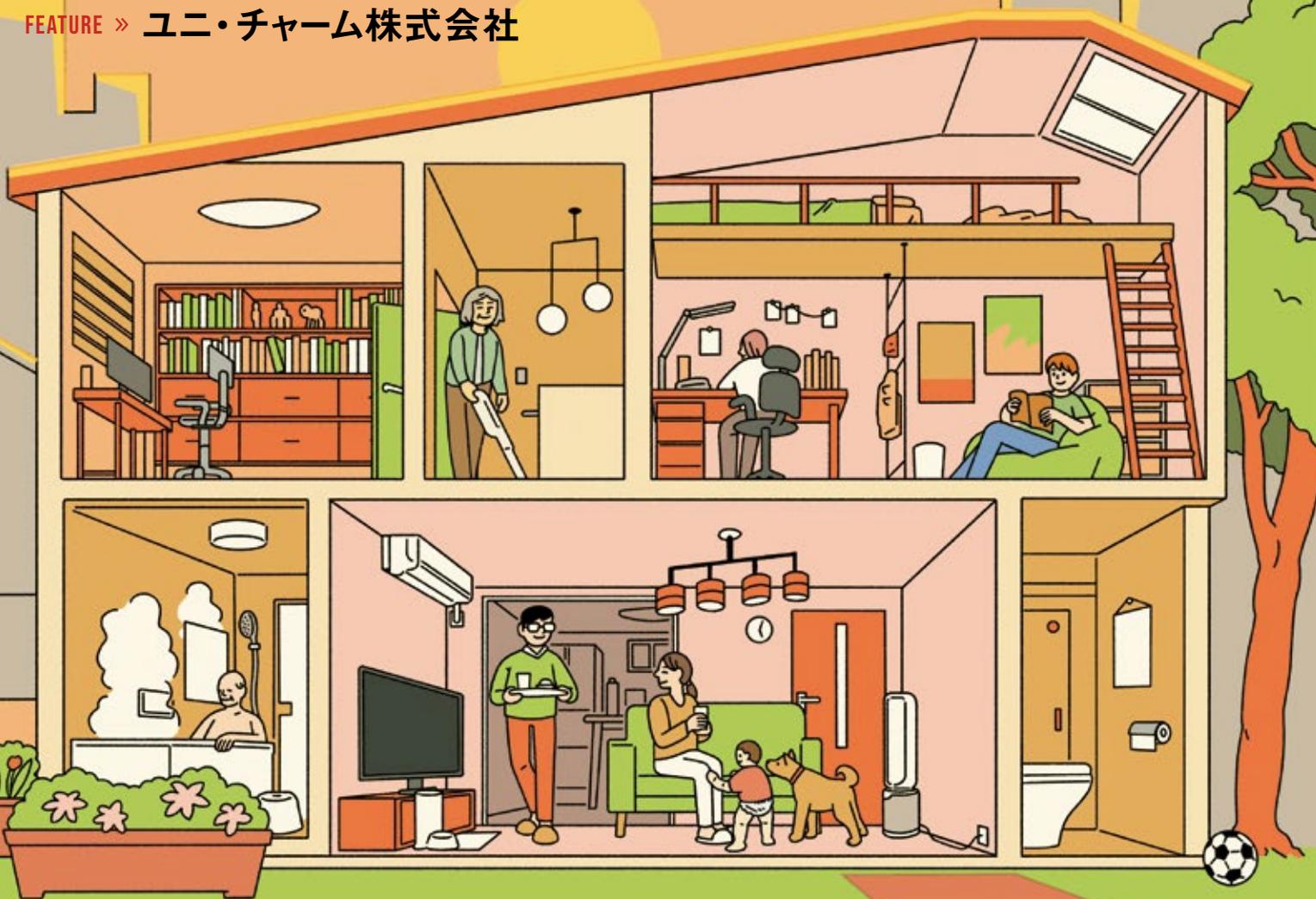
とっきよ 51

2022.1.28発行

特集 1

暮らしのなかの知財

FEATURE ▶ ユニ・チャーム株式会社



特集 2

店舗ブランドを 知財で守る

～飲食・サービス業による意匠権の活用～

FEATURE ▶ 株式会社桜珈琲

知財戦略
どうやって取り組んでるの？

▶ 株式会社千石

知財レポマンガ

「特許庁の新イベント
『つながる特許庁』って？」

(マンガ：柏原昇店)

暮らした 知財のなかの

家具・家電から、衣料品や衛生用品まで、
 私たちの身の回りの製品には、とてもたくさんさんの知財が隠れています。

今回はそうした「暮らし」と密接に関わる製品および知財にフォーカス。
 現代の豊かな暮らしを形作った歴史的な発明をはじめ、
 人々の心地よい生活を支えるものづくりに
 注力するユニ・チャーム株式会社の取組をご紹介します。



～私たちの生活を支えてきたのは、いつも知財だった～

暮らしと知財 戦後～現在のロードマップ

戦後復興期

1945年 » 1955年頃

背景

- アメリカ主導での戦後復興がなされた。
- 朝鮮戦争による特需で、工場の増設、最新の生産技術の導入がなされ日本の供給能力が拡大。



画像提供：TDK

1930年(発明)

フェライト

鉄を主成分とする酸化物磁性材料。東京工業大学の博士が発明し、東京電気化学工業(現TDK)が事業化。電気・電子産業の発展に不可欠な部材として、ラジオ、VTRなどに用いられた。

高度経済成長期

1955年頃 » 1970年代

背景

- 戦後特需を経て急激な経済発展を遂げた(年平均10%以上の経済成長を達成)。
- 「三種の神器」と呼ばれた、白黒テレビ、電気洗濯機、電気冷蔵庫が普及。



画像提供：東芝ライフスタイル

1955年(製品化)

自動式電気炊飯器

東京芝浦電気(現東芝)から発売された電気炊飯器ER-4が日本初。炊事の負担を大幅に軽減したことから、人々の生活様式を一変させて「台所革命」とも呼び得るものとなった。



画像提供：大塚食品

1968年(製品化)

レトルト食品

取り扱いが容易な点、短時間で温め可能な点などが支持を得て家庭における代表的な食品(形態)の一角を担う。市販用レトルト食品としては大塚食品の「ボンカレー」が世界初。

安定成長期

1970年代 » 1990年代初頭

背景

- オイルショックにより重厚産業は低迷したが、エネルギー消費が少なく付加価値の高い電気製品、半導体が発達。情報処理産業やレジャー産業なども成長。



画像提供：JVCケンウッド

1975年・1976年(製品化)

家庭用ビデオ・カセット

75年にソニーがベータマックス方式の製品を、翌年に日本ビクター(現JVCケンウッド)がVHS方式の製品を発売。両者の激しい規格競争により、日本はVTR生産の中心地となった。



画像提供：花王

1987年(製品化)

酵素入りコンパクト洗剤

洗剤容器の大型化が進む中、花王は従来の1/4の容量である「アタック」を発売。省資源化や環境問題にも対応した先進的な製品で、酵素入りコンパクト洗剤は世界の主流となった。

現代まで

1990年代 » 現代

背景

- バブル崩壊以降、薄型テレビ、DVDなどの録画再生機などデジタル情報家電群が産業として定着。
- ICTを活用した多様なオンラインサービスが登場。



1994年(発明)

QRコード®

日本電装(現デンソーウェーブ)が開発。工場の製品管理に使われていたが、オープンコードであったことや、同社が特許権の権利行使をしないと明言したことなどにより、全世界に普及した。

第二次世界大戦後から現代にかけて、さまざまな社会的背景のなかで多くのイノベーションが誕生した。そうした発明は、より完成度の高いものを目指し、ブラッシュアップを重ね、また多様な製品に姿形を変え、今の私たちの豊かな生活を支えている。そこには、実は、イノベーションを支える知財があり、またそうした技術的側面に目を向けると、研究・開発に取り組んだ人々の想いや、たゆまぬ努力の形が見えてくる。

今回の特集では、そうした私たちの暮らしを支え、彩る製品や、そこに隠れた知財に注目。戦後から現代までのイノベーションのうち、特に生活と密接に関係があるものをロードマップにして掲載した。また、後半では、紙おむつや生理用品などの日用品メーカーである、ユニ・チャーム株式会社の知財担当者へインタビューを実施。「人々の生活における負担からの解放」を目指し、国内外で暮らしに寄り添った商品を展開する同社の取組に迫った。また、80を超える国や地域で海外展開を積極的に推し進める同社ならではの、「知財ミックス」の戦略についても紹介したい。

生活に寄り添う製品を
知財をヒントに読み解く



身の回りの“不快”を解消する商品を世界に提供 そのビジョンを支える「知財ミックス」戦略とは

「NOLA & DOLA」*を経営理念として、人々の生活におけるさまざまな負担からの解放を目指し、画期的な商品を世に送り出すユニ・チャーム株式会社。その製品開発にける想い、そして海外展開および知財戦略の取組を、同社特許部長の下江氏に伺いました。

*Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activitiesの略。

環境に合わせた商品開発で 海外売上比率6割を達成

ユニ・チャームが衛生用品に参入するきっかけになったのは、創業者・高原慶一郎のアメリカ視察でした。昭和40年代当時、日本では薬局でしか生理用ナプキンを買っていませんでした。わざわざ薬剤師にお願いしないと買えない、女性にとって手取りづらい商品だったのです。ところがアメリカでは全然扱いが違う。スーパーマーケットに生理用品が山のように積んである。日本でもこの光景を当たり前にしたい……そんな想いから高原は衛生用品の開発を断念したようです。当初は、ナプキン

をはじめとした女性主体の商品を展開してきましたが、近年では商品の幅も広がってきており、掃除用品やペット用品、大入用の排泄ケア商品なども手掛けています。海外への展開にも積極的に取り組んでいます。1984年の台湾への展開から始まり、タイ、オランダ、韓国、中国、インドネシア、マレーシアなどアジアを中心に進出しており、現在では80を超える国や地域で事業を展開しております。売上高の比率も、現在は海外売上高が6割を超えている状況です。

海外の人々に受け入れてもらうには、それぞれの国・地域の環境に合わせて商品を変えていかねばなりません。例えばマレーシアでは、デング熱という致死性の高い感染症が切実な問題となっています。現地に在住している当社のマーケティングがその危険性を身をもって感じたことで、天然由来の忌避剤を塗布した子供向けのおむつを企画しました。媒介となる蚊を忌避剤によって近づけないようにすることで、感染を防ぐ仕組みとなっています。

ユニ・チャームの5つの事業

人生のライフサイクル

幼児期 若年期 中年期 高齢期

ベビーケア [紙おむつ]

ブランド例/
ムーニー、
マミーポコパンツ

フェミニンケア [生理ケア用品] ブランド例/ソフィ、センターイン

ヘルスケア [マスク、高齢者用排泄ケア用品など]
ブランド例/超快適マスク・超立体マスク、ライフリー、チャームナップ

クリーン&フレッシュ [ウェットティッシュ、掃除用品など] ブランド例/シルコット、ウェーブ

ペットケア [ペットフードなどのペット用品] ブランド例/銀のスプーン、デオシート



お話を聞いたのは

ユニ・チャーム株式会社 知的財産本部 特許部長 下江 成明氏

1994年入社、開発本部に配属。おむつなどに使用される不織布や接着剤などの素材開発や、パンツ型おむつの商品開発に従事。99年に法務特許部へ異動し、2000年に知財部立ち上げに参画。19年より現職。



>> PROFILE

ユニ・チャーム株式会社

1961年に建材メーカーとして創業後、生理用ナプキンで現在の基礎をつくる。タンポン、紙おむつ、ペットケア用品で国内首位。アジア地域を中心に1980年代から海外にも進出し、現在では海外売上高比率が60%を超える。

所在地/東京都港区三田3-5-27
住友不動産三田ツインビル西館
TEL/03-3451-5111 URL/https://www.unicharm.co.jp
設立年/1961年 業種/化学
従業員数/16,304名(2019年12月)



1980年代から海外展開を開始。背景には、国内の人口減少や市場の成熟化への見通しがあった。アジア地域を重点市場と位置づけグローバル展開を進めた。

のロゴを金のエンブレムで印刷することで高級感を演出しました。あわせて、生地にパールエキスを配合することで、肌触りの良いふわふわの素材を作り上げています。

日本国内の身近な例ですと、十年ほど前に私が担当していた超快適マスクです。当時、いわゆるブリーツマスクと呼ばれる製品は、ゴムの中にウレタンが入っている耳ゴムが一般的でした。超快適マスクでは、伸縮する不織布を使うことで通常より

幅広い耳ゴムを実現し、耳に当たる面積が広がることで痛みを軽減しています。超快適シリーズは特許をはじめ、意匠や商標も登録しています。

知財ミックスで商品を多面的に保護する

ユニ・チャームでは、これらの商品を守るために知財を積極的に活用しています。中でも力を入れているのが、特許や実用新案、意匠、商標といった複数の知財で商品を多面的に保護する「知財ミックス」です。これには二つの目的があります。一つは、プレミアム商品への参入抑止です。新技術の特許を取得することで他社の追随を防ぎ、商品の差別化を図っています。もう一つは、ロープライスの類似商品の展開の抑止。ユニ・チャームの商品はアジア地域では特にブランド力が高く、外観や訴求点が似た安価な商品が出回るようになってきました。こうした類似商品に対し、商標や意匠、実用新案といった特許に限らない知財を活用し、抑止を図っています。

当社がこうして知財に力を入れるのには、過去に競合メーカーとの特許係争事件が多発した経験が理由の一つとして挙げら



超立体マスク・超快適マスク



ユニジャ ユニファンジャ
尤妮佳moony緻皇家



MamyPoko Extra Dry Protect

日本国内のみならず、それぞれの国や地域の特性にあわせた製品を開発。特許や実用新案をはじめとした産業財産権の出願も行っている。

れます。この時期を機にトップの認識が大きく変わりました。現在では販売想定国の権利を全て調べた上で商品を発売していますし、漏れがないように徹底をしています。また、特許庁から発行されている公報を毎月チェックするミーティングも実施しています。クリアランス調査とは別に、公開公報と登録公報の両方を確認し、現状の商品に問題がないか必ずチェックする文化が今では組織全体に根付いています。

知財マインドを根付かせるには幅広い層との対話が不可欠

こうしたマインドを醸成するには、繰り返し知財の大切さを幅広い層に伝えていくしかありません。当社では、社員全員が知財に関心を持てるように、トップから各事業部門まで定期的なミーティングも毎月行っています。とはいえ、特許出願や権利化の話だけでもなかなか興味を持ってもらえません。同じカテゴリーの商品の情報だったり、他業界のビジネスや

先端技術における知財面の動向など、相手が欲しているホットな話題を提供できるように準備しています。

ただ、グローバル視点ではわれわれ知的財産本部が何をしているか知らない人がまだまだ多いと思います。今後は、知財が何のためにあり、どうあるべきなのかを、国内外の社員一人一人にまで伝えていきたいです。それこそ海外の工場で働いている社員にも伝えるには、「パンツ型おむつを貧困層の子供にも届ける」といったような、分かりやすい目標にブレイクダウンする必要がありますと考えています。



社会貢献活動の一環として、インド、ミャンマーなど衛生的な生理用品の使用率が低い国を中心に、NGOや現地の自治体などと共に初潮教育を実施。妊娠中の女性向けの講習会も行っている。

特集2

店舗ブランドを 知財で守る

～飲食・サービス業による意匠権の活用～

FEATURE >> 株式会社桜珈琲

お客さまの居心地を大切にしたい店舗設計に力を入れる、和モダンカフェ「桜珈琲」。意匠権により店舗デザインの模倣対策を行うなど、知財も積極的に活用しています。今回、その取組の背景や店舗づくりにかける想いについて代表取締役の東城氏にお話を伺いました。

>> POINT

2020年4月1日から、建築物、内装、画像が意匠法の保護対象に。これまで、プロダクト中心であった意匠法が、飲食・サービス業の企業にとっても身近なものとなった。桜珈琲は飲食店の建築物としては他社に先駆けて2件の建築物の意匠を出願・登録した。

>> PROFILE

株式会社桜珈琲

所在地 / 大阪府堺市南区豊田982-1

TEL / 072-290-0500

URL / <https://www.sakura-coffee.jp> 設立年 / 2000年

業種 / 飲食業 従業員数 / 約500名

庭園の桜をシンボルに 郊外型のカフェを展開

20年ほど前、桜珈琲の前身となるセルフ式のベーカリーカフェをいくつか展開する中、長年の夢もあった、郊外型の大型店舗をつくりたいと考えるようになりまし。庭園のある非日常的な空間でゆったりとした時間をお客さまに過ごしてもらいたい。庭園ですからテーマは和風、でも純和風というよりは今風の「和モダン」に。車で気軽に立ち寄れるよう、駐車場も併設して……。今でこそ郊外型の大きなカフェはたくさんありますが、当時は車で行ける喫茶店のような存在はファミリーレストラン以外あまりなかったんですね。桜珈琲といえば「庭園の桜」が代名詞ですが、最初は、どんな店つ

くりにするか決まっていませんでした。内装業者の方と相談する中で、「中庭を囲むように家屋を配置するのがいいんじゃないか」という案が出て。そこで私が好きな桜と和をテーマに、店づくりをしようとして相談しまして、一号店の桜珈琲 鳳本店が生まれました。こうしたコンセプトやこだわりが実を結び、オープン当初から多くのお客さまに足を運んでいただくことができました。

INPIITを活用し 商標・意匠の活用を推進

しかし、お店が話題になるにつれ、同じようなコンセプトのお店が出てくるように。それぞれテーマブルも一緒、メニューの構成も一緒、あとは名前が違うだけ、といったお店もありました。会社を守っていきたくないと弁護士さんに相談

お話を聞いたのは

代表取締役 東城 栄子氏

1959年生まれ。父親が経営する喫茶店を10代の頃から手伝い、店づくりや経営を学ぶ。現在南大阪を中心に、桜珈琲11店舗を展開中。





- 1 石庭のシンボルである枝垂れ桜。日本神話に倣った物語に沿って設計。
- 2 落ち着いた内装デザイン。随所に桜モチーフをあしらった「和モダン」を意識。
- 3 店舗デザインが意匠登録された松原店。
- 4 高品質の豆にこだわった珈琲の他、モーニング、サンドイッチ、スイーツメニューが充実。



愛情込めたお店を守るため、知財を最大限活用

したのですが、当時は「100対0で勝てる」と言い切れない」とお答えを頂きました。これが本当にシヨックで……。そのとき、古くからお付き合いのある司法書士の先生から頂いた「会社を守るなら商標を取るのも手」というアドバイスを思い出したんです。愛情を込めてつくってきたお店を守るには知財が必要なのだと、ようやく気付けたんですね。

とはいえ、私たちも日々の店舗運営で手いっぱいですし、知財担当を置く余裕もありません。そこで相談させていただいたのがINPIITの知財総合支援窓口でした。商標の出願方法やブランド力強化の考え方についてご支援いただき、紹介のあった弁理士の先生と一緒に、「桜珈琲」をはじめとしたブランドの名称やロゴを商標登録してきました。これまで店舗の外観や内装はまねされても抗議するのは難しい状況でしたが、2020年からは建築物や内装デザインも意匠の保護対象として加えられましたよね。4月以降に展開した新規店舗の外観は、早速意匠として登録しています。一番守りたいのは、やはりお店のデザインやコンセプトなので。

このように商標・意匠を取っておけば、いざというときの武器になり抑止力にもなる。相手方から「ま

ねしづらいな」と思ってもらえるわけです。実際、近年では類似店舗は少なくなりました。今後はさらにブランドの独自性を強め、多くの皆さまに愛される店づくりを追求していきます。あわせて店舗の外観や内装の意匠権も取得していくことで、桜珈琲のブランドや価値を守っていきたくと考えています。

20年前は、私たちがこのように知財と向かい合うことになるとは思ってもみませんでした。実際、中小企業しかも飲食業にとつて、知財への取り組みはハードルが高いと思います。そんなときは私たちがのようにINPIITに相談してみたいかがでしょうか。皆さんも一度電話してみると、世界が変わるかもしれませんよ。

CHECK!!

新保護領域の登録事例集を公開

令和元年意匠法改正によって新たに保護領域に加わった画像、建築物、内装について、意匠登録されたもののうち今後の出願等の参考となる事例集が公開されました。今後、同領域での意匠出願を検討されている方はぜひご一読ください。

詳細はこちらから

(改正意匠法に基づく新たな保護対象(画像・建築物・内装)の意匠登録事例について/特許庁HP)



知財戦略

どうやって取り組んでるの？

Vol. 3
株式会社千石

知財戦略に取り組む企業をピックアップ！
今回は、製造メーカーの苦境が続く中、外部から取得した特許を活用しブランドと技術力を掛け合わせることでヒット商品を生み出した、千石をご紹介します。

株式会社千石
プレス加工業からスタートし家電OEMに定評がある

もうすぐ創業70年の技術力を持った老舗メーカー

今 特許技術を使った千石のトースターが大人気！

専務 千石滋之氏

実はヒットまでにはこんな道のりがありました




電気暖房 石油暖房をはじめストーブの製造が得意であった千石

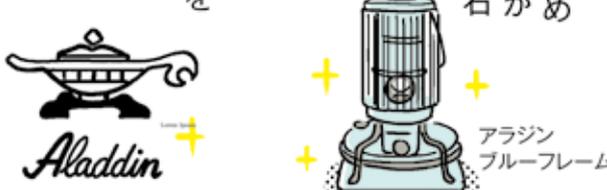
2002年「ストーブ界のロールスロイス」英国生まれのアラジンブルーフレームをOEM製造受託

2005年には版元の会社を友好的買収しアラジンの販売権を取得することに

こうしてアラジンブランドは名実共に千石のものとなった

Aladdin

アラジンブルーフレーム

そんなある日こたつヒーターなどで付き合いのあった大手企業から

超高性能ヒーターの特許技術を買いませんか？

これを機に千石は特許を取得

同時に、事業自体に将来性を感じ、設備やノウハウもまるごと継承！

技術的にも組織的にもしっかりと軌道に乗せた

大手電機メーカー 遠赤グラファイト特許技術

遠赤グラファイト？




※1300℃までわずか0.2秒の瞬間発熱が可能

INTERVIEW

専務取締役 千石 滋之氏

兵庫県の加西で、技術力・製造力を高めてきた当社。「社内にはリソースは外部から取り込む」というのが経営スタンスです。本当に良いものを求める中で、事業譲渡により取得した特許技術を活用し成長してきました。



PROFILE

株式会社千石

所在地 / 兵庫県加西市別所町395
URL / <http://www.sengokujp.co.jp>
設立年 / 1963年
業種 / 製造業
従業員数 / 290人





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。



INPITがお手伝いしました!

「面倒な着物の着付けを気軽に」新たな着物を開発し、 特許・意匠・商標を取得! ————— [真奈企画株式会社]

支援概要

真奈企画の伊佐様は、不動産業の傍ら「自分の子供たちが着物を気軽に着る機会を増やしたい」との想いから、脱着が簡易な着物の開発に取り組みしていました。そんな中、2013年に特許などの出願をすべきかという相談を受けたのが支援のきっかけです。試作、先行技術調査を進めつつ、窓口の専門家(弁理士)を

交え意見交換を重ねた結果、特許を出願し、2018年に登録に至りました。また、製品化に際して沖縄県よろず支援拠点とも連携し、事業戦略などについても支援を受けました。弁理士からのアドバイスもあり、模倣対策として意匠登録、愛称の「CHURA KIMONO」の商標登録も支援しました。

支援成果

県内外で開催される展示会に積極的に出展され、アパレル業界、和装業界ともコネクションをつくり、すでに2社の事業者とライセンス契約を締結。着付けが簡易な新しい着物

である「CHURA KIMONO」の販売を開始されています。現在は着物の販売のみならず、レンタル業者との提携や海外進出にも着手されています。



(左)真奈企画株式会社 伊佐様
(右)沖縄県知財総合支援窓口 宮川様

真奈企画株式会社
伊佐様より

今後はライセンス先の獲得につながる広報活動や、県外・海外での展示会などへの出展について、知財総合支援窓口から良い支援策などをご紹介いただきたいと期待しております。

沖縄県知財総合支援窓口
宮川様より

真奈企画様は、数年にわたりお手伝いをさせていただいています。簡易な着付けが可能な着物は他にもありますが、本着物は形状の美しさが評価され、業界で評価を得つつあると思います。

PROFILE |

真奈企画株式会社

所在地 / 沖縄県沖縄市宮里3-17-18
TEL / 098-934-1877
URL / <https://churakimono.com>
設立年 / 2012年
業種 / その他サービス業
従業員数 / 2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

特許庁のたくみ匠

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、商標審査の効率化を進める商標審査官の匠が登場します。

This month's person

特許庁 審査業務部 商標課
審査企画係長／商標審査官

さかき あ や と
榎 亜耶人

静岡県出身。2012年入庁。15年商標審査官昇任。商標課機械化企画調整室、国際協力課商標政策班を経た後、指導審査官として審査官補の教育・育成に従事。19年より海外派遣留学生として英国留学。20年より現職。

身近な知財である商標をもっと便利で効率的に

学生時代に法律を勉強する中で、法案や制度改正に携わる国家公務員に興味を持ちました。いろいろな官庁の説明会に参加し、国家公務員でありながら人との距離が近い商標審査官という職業に引かれました。入庁後は、自治体の想いが詰まったご当地キャラクターの審査を担当するなど、出願人の想いを形にできる仕事にやりがいを実感。現在は商標審査効率化に関する業務に当たっています。

初めて出願するユーザーを対象に、出願支援ガイド「商標出願ってどうやるの？」を企画・作成。ユーザーと特許庁、双方にとって商標出願の円滑化につながっています。

また、庁内に設置された「商標審査業務効率化検討プロジェクト」の一員として、商標審査の運用面での効率化を進めています。審査官から改善案の募集をしたところ、集まった提案は200以上。新型コロナウイルス感染症拡大もあり、業務のDX化が求められる中で、部署間で発生する書類の電子化を一気に進めました。より効率的かつ品質の高い審査を実現すべく、商標審査の一部にAI技術を導入する取組も推進中。商標審査は今後も進化し続けます。

匠の
こだわり

商標の出願支援ガイドを作成

商標出願のハウツーを徹底的に出願人の目線に立って記載したガイド「商標出願ってどうやるの?」。チーム内で何度も草案の検討を行い、分かりやすく読みやすい冊子を目指しました。3カ月で増刷となるほどの反響を頂いていて、ガイド作成後は、周知活動も。拒絶されない商標出願支援を推進する講演を全国で行っています。

もっと
クローズアップ!



AI×商標：イメージサーチコンペティション

効率的なシステム開発のために、AI技術を用いた商標審査のイメージサーチツール開発のコンペを企画・開催しています。特許庁のシステム開発において一般の方向けにコンペを開催することは初の試みで、さまざまなメディアに取り上げられ話題に。写真はオンラインの開会式です。



予備自衛官として訓練に参加しています

趣味のマラソンで培った体力と精神力を生かし社会の役に立ちたいと思い、予備自衛官に志願。休日を利用した訓練では、部隊で射撃や警備、救急法などの技術を磨き、自然災害などの有事に備えています。社会貢献が国家公務員としてのモチベーションアップになっています。

イラストレーター

マンガで
わかる
知財!

パパンがゆく!

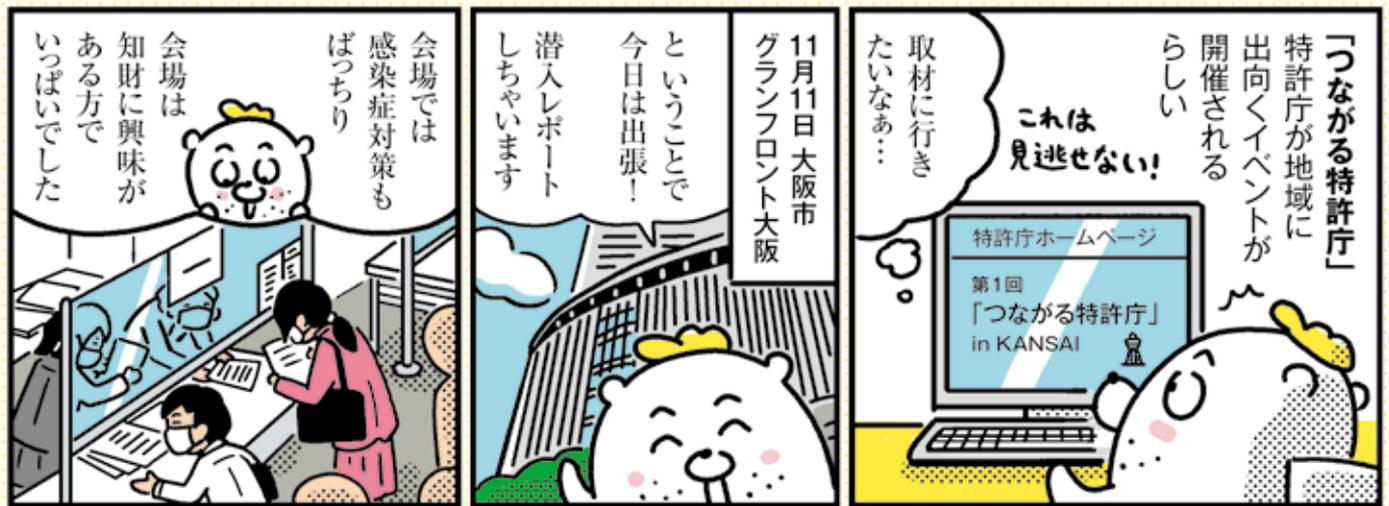


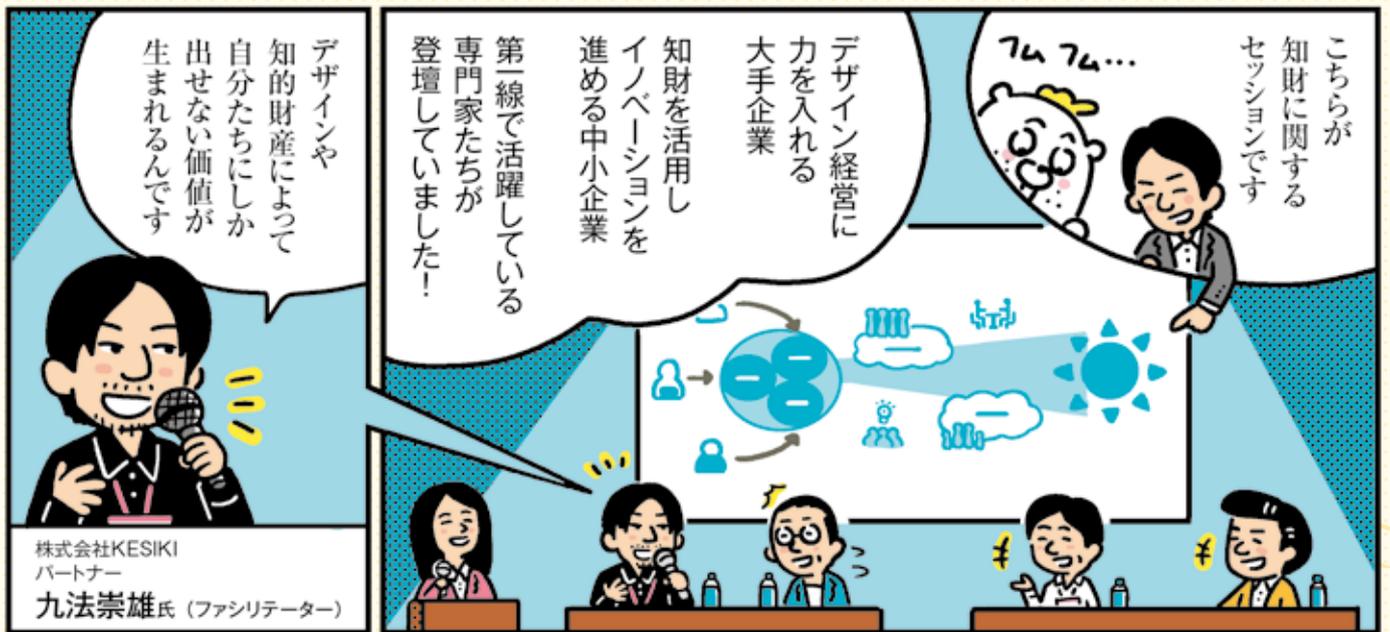
イラストレーター
かしばらしょうてん
柏原昇店さん

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

「特許庁の新イベント『つながる特許庁』って?」

2021年11月から、地域と特許庁を結ぶイベント「つながる特許庁」が全国6都市で順次開催中です。第1回目となる「つながる特許庁 in KANSAI」にパパンが潜入しました!





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、知財情報コンサルタントの野崎篤志氏がわかりやすく解説!今回は、コーポレートガバナンス・コード改訂とGPIFのESG報告書に関するトピックについてご説明します。

の ぎ き あ つ し
野崎篤志氏

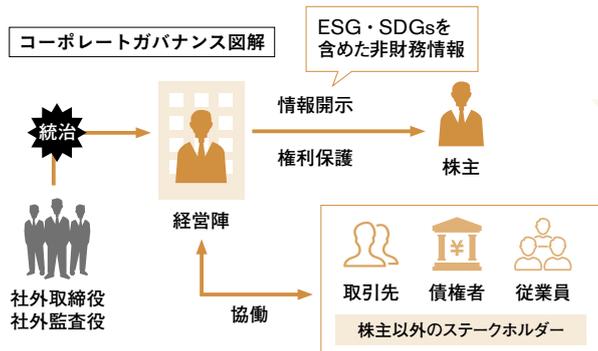
株式会社イーパテント代表取締役社長。「知財情報を組織の力に[®]」をモットーに各種分析・コンサルティングに取り組む。YouTubeなどの各種メディアで特許検索や特許分析・パテントマップについて積極的に情報発信を行っている。



私が解説します!

TOPIC 01

コーポレートガバナンス・コード改訂「知的財産への投資等」に関する規定が追加



監修: 野崎氏
参考: <https://www.kaonavi.jp/dictionary/corporate-governance>

2 2021年6月11日に公表された改訂コーポレートガバナンス・コードに、初めて知的財産に関する規定が追加され、上場企業に対して知財投資等についての具体的な情報の開示や取締役会による実効的な監督の実施が求められることとなった。今回の改訂により、上場企業が知的財産等の投資・活用戦略の構築・実行の取組を進めることが期待される。

COMMENTARY 01

野崎氏解説 /

企業経営の中でも知的財産が重要に

企業経営を管理・監督するための仕組みがコーポレートガバナンス(企業統治)であり、その指針がコーポレートガバナンス・コードになります。企業の競争優位性の源泉がカタチある有形資産からカタチのない無形資産へシフトしている中で、無形資産の中でも特に重要な知的財産

への注目が高まっていることが背景にあります。特許だけではなく、ブランドやノウハウ、データ資産などの知的財産をより積極的に活用した企業経営が求められると同時に、知財情報を活用したIPランドスケープにもより一層注目が集まると考えられます。

[コーポレートガバナンス・コードとは]

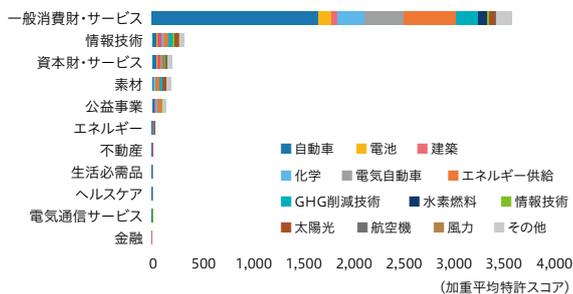
上場企業が守るべき企業統治のガイドライン。東京証券取引所と金融庁が制定。企業の持続的な成長と企業価値の向上を通して、経済全体の発展へとつなげることを目的とする。

TOPIC 02

年金積立金管理運用独立行政法人のESG報告書に特許情報データが掲載

世界最大の機関投資家として動向が注目される年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)。長期的な投資収益拡大のため、環境・社会・ガバナンス(ESG)への考慮を進める中、2021年8月20日にその取組と効果を「2020年度 ESG活動報告」としてまとめ刊行した。本書の「気候変動リスク・機会の評価と分析」項目には、特許スコアが掲載されている。

国内株式ポートフォリオの技術的機会



(注) Reproduced by permission of MSCI ESG Research LLC©2021

GPIFのESG報告書に記載された、特許情報に関する図表の一例。

COMMENTARY 02

野崎氏解説 /

ESGにおける特許情報に注目

企業価値を測る上で、従来の財務情報だけでなく、重要性がより一層増しているのが非財務要素です。ESGの中でもE(環境)において、企業活動を客観的に定量評価するための情報として特許に注目が集まっています。権利的、技術的側面だけではなく、企業の研究開発投資を示す経営的側面も持っている特許情報。ESGだけではなくSDGsへの取り組みの可視化にも特許情報の

活用が進んでいくと考えられます。ただし、必ずしも企業価値や業績と特許スコアが相関するわけではなく、万能なスコアではない点に注意する必要があります。

For All Generations



出典: <https://www.gpif.go.jp/esg-stw/esginvestments/2020esg.html>

【特許庁からのお知らせ】

1 特許庁における 押印&署名関連の手続が変更



押印関連

「偽造による被害が大きいとされる手続を除き、押印を不要に」

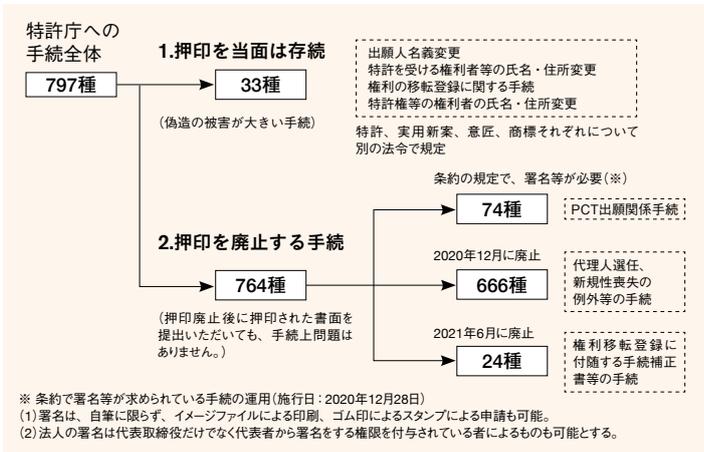
特許庁では、規制改革実施計画に基づき、手続書類への押印廃止を進めてきました。現在、偽造の被害が大きいとされる33の手続を除いて、押印が不要となっています。押印を存続する手続については、実印または実印により証明可能な法人の代表者印が必要になります。詳細は、右下のサイトにてご確認ください。

詳細はこちらから

(特許庁関係手続における押印の見直しについて／特許庁HP)



■押印の見直しの考え方と全体像



署名関連

「押印の見直しに伴い、外国人による証明書類への署名について運用を変更」

左記の特許庁関係手続における押印の見直しを受け、特許庁手続書面および証明書類に押印された印について、原則として印鑑証明書の提出が必要になりました。併せて、2022年1月1日以降、外国人による証明書類への署名については本人確認ができる措置を求める運用変更を行います。詳細は、右下のサイトにてご確認ください。

詳細はこちらから

(署名の本人確認措置について
(令和4年1月1日以降の運用変更)／特許庁HP)



■主な署名の本人確認措置の方法

- ①申請書等に譲渡人又は譲受人等の代理人である弁理士又は弁護士による「譲渡人等の意思確認をした旨」の記載
- ②署名の真正性に係る認証(面前認証、自認認証等)付譲渡證書等の提出
- ③署名証明書の提出

2 特許庁と、農林水産省「BUZZ MAFF」がコラボ YouTubeチャンネルの動画をチェック!



特許庁は、農林水産省YouTubeチャンネルBUZZ MAFFと連携し、「農業」の切り口から知的財産権について紹介するコラボ動画を作成しました。他省庁と連携したYouTube動画配信は初の試み。幅広い層に知財を身近に感じてもらうことを目的とし、知財と農林水産業との関わりなどについて伝えています。ぜひご視聴ください。



詳細はこちらから

特許庁×農林水産省(BUZZ MAFF)コラボ動画／特許庁HP



BUZZ MAFF動画はこちら

「特許庁の職員は「東京特許許可局」と嗚まずに言えるのか？
タガヤセキューシュー」

詳細はこちらから
(YouTube動画へのリンク)



とっきよ Vol.51

発行：2022年1月28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.52)を送付いたします。



「とっきよ」
アンケート

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.3

3Dプリンターでつくる オーダーメイドの 犬用シューズ

動物用の履物

特許：特許第6928360号 商標：商標登録6189587号

意匠：意匠登録1699989号 意匠登録1650927号

意匠登録1665846号

COMPANY >>

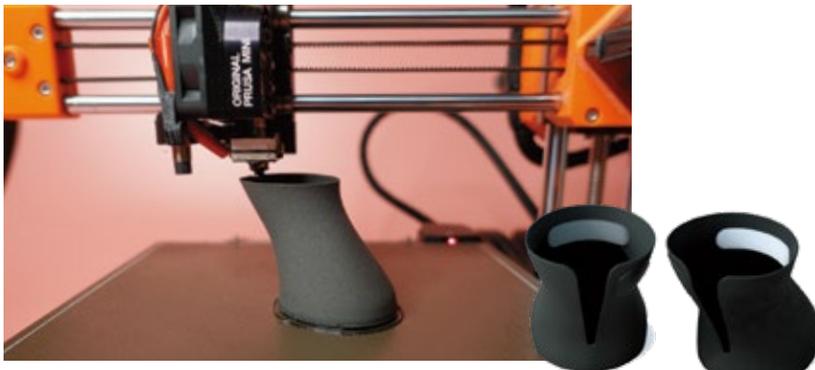
犬の靴屋さんDogSoxx®

PRODUCT >>

履かせやすく、脱げにくい
犬用シューズ「DogSoxx®」

履きやすさを損なうことなく、脱げづらさを向上させた画期的な構造の犬用シューズ。本体の内面に凸状の弾性部材を設けることにより、フィット性が向上するとともに、犬の足が抜ける方向に動こうとした場合にも、当該弾性部材が引っ掛かって脱げづらくなる。また、凸状部材が弾性を有するため、犬の履き心地を損なうこともない。

[特許について] 動物用の履物、特に、犬などのペットに適した履物の改良に関する発明



シューズ内面に取り付けられた凸状のラバーと、後ろの部分の切れ込みは、千葉氏の手作業によるもの。3Dプリンターでの製作工程を検討する上で、最終的に手作業との組み合わせにたどり着いたという。

新しくお迎えしたワンちゃんには、若いうちからシューズで肉球を保護してあげたい……。そんな想いから、ゼロからCADと3Dプリンターの技術を学び、ペット用シューズの開発に取り組みます。何度も試作するうちに、ラバーブーツにチューブ状のストッパーを付けることで脱げにくくなることを発見。また、シューズの後ろ側に切れ目を入れ面ファスナーで付け外しできるようにすることで、着脱も簡単に。知的財産管理技能士の資格を持つ千葉氏は、このアイデアを保護すべく、自身で申請して意匠・商標を取得します。そして弁理士と協力して特許取得へ向け動き出すと同時に、ドッグソックスの事業化に向けた準備を開始

愛犬との別れを糧につくった履きやすく脱げにくいシューズ

しました。しかし、大変なのはここからでした。当初予定していた金型でのシューズ量産は投資金額に折り合いがつかず断念。代案として考えたのが、試作品製作に使っていた3Dプリンターでの量産でした。これは決して簡単な決断ではなく、シューズに適した素材探しと生産工程の再検討に一番の苦労がありました。一方で3Dプリンターの採用により、サイズの変更や細部の微調整に柔軟に対応できるメリットも。オーダーメイド感覚でシューズを提供できることもあり、ユーザーの満足度は非常に高いようです。

課題は生産個数の少なさ。現状は一人で製作しているため、販売開始後数時間での完売が常態化しています。今後は法人化、社員の雇用などを通して、量産体制を拡充し、より多くのワンちゃんにシューズを提供したいと千葉氏は語ります。

ペットもシューズを履くのが当たり前前の世界をつくる……。そんな千葉氏の夢をドッグソックスが実現する日はそう遠くはないかもしれません。

PROFILE >>



犬の靴屋さんDogSoxx®
URL / <https://dogsoxx.jp/>
設立年 / 2019年
業種 / 小売業
(犬用シューズの製造・販売)
従業員数 / 1名