

知財が支える、テクノロジーの新領域

とっきよ 53

2022.8.1発行



WEB版はコチラ



特集
1

仮想現実は新時代へ

知財で探る「メタバース」

FEATURE » ソニーグループ株式会社

特集
2

ロボットがひらく 「幸せ」の未来

FEATURE » 株式会社オリィ研究所

知財戦略

どうやって
取り組んでいるの？

» 株式会社メトラン

知財レボマンガ

「授業で使える『知財創造
教育コンテンツ』って？」

(マンガ：柏原昇店)



EXPERT INTERVIEW



お話を聞いたのは

弁護士・ニューヨーク州弁護士

ますだ まさひろ
増田雅史氏

森・濱田松本法律事務所パートナー弁護士。IT・デジタル分野を一貫して手掛ける。『インターネットビジネスの著作権とルール第2版』(CRIC・2020年)、『NFTの教科書』(朝日新聞出版・2021年)をはじめとする著書、メタバース分野での講演多数。

沸騰するメタバース市場。 まずは自社の商標を見直しましょう

人間の生活の一部が現実社会からインターネット空間に移行したように、仮想空間に移り変わる可能性は十分にあると思います。また、メタバースの普及により仮想空間で提供されるコンテンツが価値を持つようになると、NFT(非代替性トークン)の存在も相まって、さまざまなコンテンツの販売方法が生み出されるのではないのでしょうか。

一方で、メタバースの発展に伴い、仮想空間内での知的財産権の侵害が懸念されます。例えば、仮想空間に、明らかに著作物と思われるデジタルコンテンツや、衣服や車などの量産品のデザインが持ち込まれることもあるでしょう。著作権については、仮想空間内でも著作権侵害となり得ることは明らかなのですが、問題は量産品のデザインです。「創作的な表現」でなければ著作権では保護されず、他方、意匠権は原則として「物品」のデザインを保護するものであり、近年の改正により意匠権の対象に加えられた「画像」の範囲にも一定の限界があります。不正競争防止法において禁止されている「商品の形態」の「模

倣」も、仮想空間内でのデザインの再現にまで及ぶかどうか不明確です。仮想空間上での量産品のデザインが現行法上でどこまで保護できるかに加え、意匠権によるさらなる保護が必要か(役割を拡大するべきか)の検討が必要でしょう。

メタバースでの権利侵害に対して「今できること」として考えられる手だては、商標権による防御です。ある指定商品・役務について、それを仮想空間内に再現したものが、当然に類似の指定商品・役務だと判断され商標権侵害となるかは、現時点では不透明です。まずは、自社が取得している商標権の指定商品・役務の範囲が仮想空間での使用を想定したものであるかを検討し、必要であれば同空間での使用を想定した商標出願をすることが考えられます。現に、仮想空間に関する商品・役務を指定した出願例もあります。

国境のないメタバース空間においてどの国の法律が適用されるのかなど、法整備に関する課題は多くあります。その中でも、今できることを整理し取り組んでいくことが大切です。



仮想現実の新時代へ

知財で探る 「メタバース」

世界的企業が続々と参入を進める「メタバース」。今号ではこの“パスワード”を、知財を鍵に解き明かします。専門家の視点から見たメタバースにおける知財保護の懸念点や展望、そして日本におけるXR領域のリーディングカンパニーであるソニーグループの取組を紹介します。

POINT

ソニーミュージックの 「仮想空間プロジェクト」 ReVers3 : x(リバースクロス)

ソニー・ミュージックレーベルズが手掛ける。ポリュメトリックキャプチャ (P5参照)で撮影したアーティストのパフォーマンスを、東京の街並みを再現した仮想空間上に投影。デジタルアーティストによるアート作品も配置された。

最先端テクノロジーが集う 新領域「メタバース」

昨年10月、旧フェイスブックが社名をメタ・プラットフォームズに変更したことで一躍注目を集めた「メタバース」。同社にとどまらず、その他ビッグ・テックや、ナイキをはじめとしたファッションブランド、ウォルト・ディズニーに代表されるエンタメ企業など、多種多様な世界的企業がその新領域に参入を表明。国内企業でもその傾向は変わらず、連日各種メディアで取り沙汰されている。

メタバースとは、「Meta(超越)」と「Universe(宇宙・世界)」を組み合わせた造語で、その定義はさまざまだが、コンピュータネットワーク上の3次元の仮想空間(または仮想空間を活用したサービス)のことを指す場合が多い。オンラインゲームやバーチャルライブ、ECなど活用目的も多岐にわたる。そうした仮想空間(およびサービス)におおよそ共通しているのは、VR、ARなどのXR領域の技術をはじめ、高速通信、3DCG、ブロックチェーンなどさまざまな最先端テクノロジーが関わっているということ。そしてもちろん、そうした技術を支える「知財」も忘れてはならない。

今回の特集では、メタバースが

トレンドになる前からXR関連プロダクトを提供し続けてきたソニーグループを取材した。同社が力を入れる仮想空間サービスや、知財戦略、そしてメタバース産業の今後の展望を伺ったので紹介したい。また、本ページではIT・デジタル分野に造詣が深い弁護士の増田雅史氏のコメントも掲載。メタバースにおける知財保護の課題や対策について、合わせて一読してほしい。



スタジオの様子。人物のパフォーマンスを3Dで高品位に再現する「撮影・制作ソリューション」を提供する。



ボリュメトリックキャプチャ技術によるパフォーマンス映像（一部抜粋）。従来では不可能なカメラワークによる映像表現が可能。



ソニーが提供する没入型コンサート体験「イマーシブリアリティ・コンサート」の様子。アーティスト・Madison Beerの動きをモデリングし、VR空間内のアバターにトレースしてライブを行った。

「技術の向上とユーザーの意識の変化——二つが重なった今だからこそ、新領域に挑みます」

TOPRUNNER INTERVIEW

ソニーグループ株式会社
執行役員

やま ぐち しゅう ご
山口 周吾

ソニーにて、グループ横断で技術者とクリエイターを繋ぎ、ソニーの技術を活用した新しいエンタテインメント体験の創出活動を実施。エンタテインメントの3次元化として、撮影の3次元化であるバーチャルプロダクションやボリュメトリックキャプチャスタジオ、メタバースでの事業探索を推進する。

多種多様なイノベーションに取り組むソニーは、その長年培われてきた技術力を生かし、メタバース上でのような空間をつくろうとしているのでしょうか。新規事業を模索する山口氏に、メタバースで実現を目指す「未来の顧客体験」について伺いました。

技術披露ではなくファンに楽しんでもらうための空間に

ソニーは、2016年から展開しているPlayStation®VRをはじめ、いろいろな製品や技術の開発をしています。最近ではそれぞれの技術が次第に高まってきたことにより、ユーザーのニーズと合致するレベルに近づいてきました。一方で、ユーザー側もコロナ禍の影響でリアルな会場ではなくオンラインライブ

などのコンテンツに参加することも身近になっていきます。技術の向上とユーザーの意識の変化——この二つの状況が重なった今こそが、メタバースという新しい領域に挑戦するまたとない機会だと判断しました。

私たちのチームではリアルとバーチャルを組み合わせてできることを開発しています。具体的な例の一つがバーチャルプロダクションという映像制作システムです。これはまず街などの背景をデータ化しバーチャル空間に再現します。そして撮影スタジオ内のパネルに映し出し、カメラの動きに合わせてリアルタイムに背景が動くというものです。これも仮想空間の活用例といえますね。

人物や物体を多数のカメラで撮影し、3Dで高品位に再現するボリュメトリックキャプチャ技術にも取り組んでいます。この技術を用い、ライブ中のアー

ず聞いてます。その声をヒントに、「リアル空間をいかに再現するか」だけでなく、バーチャルでしかできないことを盛り込み、音楽、スポーツ、ゲームなどいろいろなジャンルで、今までにない新しい体験価値を提案したいと考えています。

ソニーが培ってきた技術がメタバースで結実する

メタバースは幅広い技術の上に成り立っており、その意味でも、私たちがさまざまな事業で培ってきた技術が生かせる場でもあります。カメラ、センシング、音、映像表現、リアルタイムの処理……どれもメタバースでは欠かせない要素ですが、これらはソニーが得意とするフィールドでもあり、すでに多くの特許を取得しています。

これに加えて、メタバースならではの技術も開発しています。例えば「イマーシブリアリティ・コンサート」でアーティストの動きを処理して仮想空間に映す場合、膨大なデータ量になるんですね。ボリュメトリックで人物を撮影する場合には50台、100台のカメラを使うわけですから。なので、この膨大なデータを送受信するための伝送領域がこれからポイントになるの

ではないかと考えておりまして、集中的に技術を開発し、特許を出願しています。

また、データの伝送フォーマットなどの標準化活動にも積極的に参加しており、標準化活動とリンクして特許出願を行うことで、標準化の中での私たちの貢献を可視化しています。

バーチャル空間に関わるルールや法律の整備は急務

今後メタバースでできるこ

とはどんな増え

ていくでしょう。私たちはリアル空間のデータを使ってバーチャル空間上でファンを楽しませようとしています。ですが、今は業界問わず多様な企業がそれぞれのアプリケーションで仮想空間事業に参入しています。これは喜ばしいことですが、だからこそこれから考えなければいけない課題やルールもたくさんあります。

例えばバーチャル空間での肖像権の扱



仮想空間上にリアルに再現されたマンチェスター・シティのエティハド・スタジアム（イメージ）。

PROFILE

ソニーグループ株式会社

ゲーム＆ネットワークサービスや音楽、映画などのエンタテインメント分野やカメラやスマートフォンなどのテクノロジー＆サービスをはじめ、事業内容は多岐にわたる。



所在地／東京都港区港南1-7-1 TEL／03-6748-2111
URL／<https://www.sony.com/ja/> 設立年／1946年 業種／電気機器
従業員数／108,900人（連結）（2022年3月）

テイストをCG背景の中に配置し、その様子を配信しました。またマンチェスター・シティというサッカーチームのスタジアムを再現して、場内の好きな場所から試合を観戦できた面白いなと思っています。

私たちの武器は技術力ですが、真に重要なのはファンに楽しんでもらうことです。だから音楽ファンやサッカーファンといったコミュニティに属する方々に「メタバースでどんなことができるか」と必

いや、キャプチャした骨格のデータを個人情報としてどう扱うかなど。NFTや暗号資産の話などを考えるとさらに複雑です。海外展開においては、各国の法整備の状況を見極めながら対応を検討していく必要があるでしょう。今はこうした展開に関する物事を私たちだけで全部解決できる時代でもないですし、知的財産のチーム、そして他社とも連携しながら引き続き考えていきたいと思います。



家庭用の「OriHime」。スマホ・タブレットを操作することで、会話をしながら「OriHime」の顔や腕を動かすことができる。

人の孤独を解消する “心の車椅子”を作りたい

身口ロボット「OriHime」を作ったのが2010年。その後、世界が駆逐されることはないと考えています。分身ロボットもより進化すればリアルなイベントに参加するためのツールとして、自分らしさが表現されたバッテリーの使ってもらえる可能性は十分にあるでしょう。

もう一つ考えているのが、分身ロボットによる介護です。家族であつても、誰かに介護してもらおうというのはやっぱり申し訳ないと思うもの。自分の体を自分で介護できるような分身ロボットを作りたいという夢を持っているので、アイデアを重ねていくところなんです。

一方で、人間関係というものが私はあまり好きではなかった——それで、人工知能で自分を100%肯定し癒やしてくれる友達ロボットを作れば、孤独にならずに生きていけるんじゃないだろうかと考えたんです。

しかし、作っているうちに違和感が出てきてしまつて。自分がこうして変わるきっかけとなつたのは、師匠をはじめとした人との出会いです。人間関係は人を傷つけると同時に、人を癒やす・変える存在でもある。その機会を人工知能でなくしてしまつて本当に良いのだろうか……。

むしろ、人間関係を構築する機会がないことが、本当の問題なのではないかと思つたんですね。そこで、体が動かなくても人同士の関係が築けるコミュニケーションツールの開発に軸足を移すことにしました。身体的に外出できない人がせめて心を通ぶための“心の車椅子”となる分身口ロボット「OriHime」を作

たのが2010年。その後、世界が駆逐されることはないと考えています。分身ロボットもより進化すればリアルなイベントに参加するためのツールとして、自分らしさが表現されたバッテリーの使ってもらえる可能性は十分にあるでしょう。

弊社では「OriHime eye + Switch」で初めて特許を取得しました。当初は知財にあまり詳しくないメンバーが窓口になっていましたが、途中で知財への感覚が高いメンバーが参画してくれたんです。彼は特許事務所の方々とやり取りしながら「どつという戦略で特許を取りますか」とか「吉藤さん、作つたものをすぐに公開しない方がいいですよ」といった話をしてくれます。こうした変化はともありがたい反面難しいところもあつて、私は作つたものをすぐに患者さんのところに持つていつて試したり、なんならSNSに投稿してみんなの反応を見たりしたい人間なんです。それでたしなめられてしまうこともあるのですが、知財にアンテナを張る係が社内にいるという点は心強いし、今はいいバランスで仕事できています。

◆ PROFILE

株式会社オリイ研究所

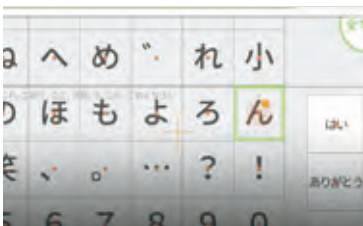
「身体的問題や距離をコミュニケーションテクノロジーの研究開発により克服し、会いたい人に会えて、社会参加できる未来」を目指す。吉藤氏、結城氏(COO)、椎葉氏(CTO)の3名によって創設。

所在地／東京都中央区日本橋本町3-8-3 日本橋ライフサイエンスビルディング3 5F TEL／03-6271-9041 URL／<https://orylab.com>

設立年／2012年 業種／電気・電子・機械・半導体 従業員数／37人



同社は、東京・日本橋にて「分身ロボットカフェ DAWN ver.β」を運営。外出が困難な店員が分身ロボットを遠隔操作しサービスを提供している。



ALSなどによって眼や指先しか動かせない人のための意思伝達装置「OriHime eye + Switch」。視線入力やスイッチ入力によって文字入力や合成音声でのスピーチが可能。



同社が手掛けた「OriHime-D」がカフェで働く様子。遠隔操作で簡単なものを掴んで運ぶことができる。

お話を聞いたのは

株式会社オリイ研究所
共同創設者 代表取締役CEO

よし ふじ
吉藤 オリイ

高校時代に電動車椅子の新機構の発明に関わり、高専で人工知能を学んだのち、早稲田大学創造理工学部へ進学。分身ロボット「OriHime」を開発した。このロボットを多くの人に使ってもらうべく株式会社オリイ研究所を設立した“ロボットコミュニケーター”。



ただ、残り少ないかもしれない人生で、自分が生きる理由が車椅子なのかといわれると、そうじゃない方がいい人生がある。私はリアルの世界が駆逐されることはないと考えています。分身ロボットもより進化すればリアルなイベントに参加するためのツールとして、自分らしさが表現されたバッテリーの使ってもらえる可能性は十分にあるでしょう。

もう一つ考えているのが、分身ロボットによる介護です。家族であつても、誰かに介護してもらおうというのはやっぱり申し訳ないと思うもの。自分の体を自分で介護できるような分身ロボットを作りたいという夢を持っているので、アイデアを重ねていくところなんです。

孤独を解消するために
人間関係を築くロボットを開発

「幸せ」の未来 ロボットがひらく

FEATURE 株式会社オリイ研究所

遠隔操作が可能な分身ロボットやシステムを開発・提供する株式会社オリイ研究所。テクノロジーを用いてさまざまな人のコミュニケーションを助け、「孤独の解消」とその先にある「幸せ」を見据える同社の取組に迫ります。

特集

知財戦略

どうやって取り組んでいるの？

Vol. 5 株式会社メトラン

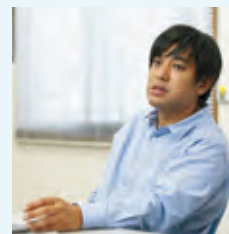
知財戦略に積極的に取り組む企業をピックアップ！
国産で唯一の新生児用人工呼吸器の研究開発を元に知財を活用しながら
事業を展開する、メトランをご紹介します。



INTERVIEW

代表取締役社長 新田ダン氏

特許は中小企業の武器。大手が参入していない分野に目を向け、自社ならではの技術を知財として守る取組を進めてきました。海外市場を見据えカナダ、中国などでの特許を取得している製品もあり、販路拡大を目指します。



PROFILE

株式会社メトラン

所在地 / 埼玉県川口市
川口2丁目12番18号
URL / <https://www.metran.co.jp>
設立年 / 1984年
業種 / 製造業
従業員数 / 56人



突撃!

特許庁広報室がユーザー目線で全力取材

特許庁 となりの部署



特許の審査や登録だけでなく、実はさまざまな事業に取り組んでいる特許庁。知的財産権を守るため約3000人の職員たちは日々どのような活動を行っているのでしょうか？ 広報室が各部署を全力取材し、業務内容や最新の話題を伝えます。

VOL.01

普及支援課 支援企画班

第1回となる今回訪れたのは普及支援課 支援企画班です。その名の通り、中小企業の知財活用を普及・支援するための企画立案を行うのがこの班の役割。支援業務ならではのやりがいもあるそうです。

SCOOP!!



この部署が担う事業においては、関係機関や他部署との連携が欠かせず、内外のコミュニケーションがとても重要。

知財の側面から中小企業を後押しする「縁の下」の力持ち

私たちが所属する普及支援課 支援企画班は、産業財産権に関する中小企業などへの支援に関する企画・立案を行う部署です。日本に占める中小企業の割合は約99%にもかかわらず、特許の出願件数で中小企業が占める割合は約17%であり、知財の重要性が中小企業に十分に認識されていないといえます。

そこで私たちは、中小企業に知財活用を普及するための取組として、知財金融促進事業や補助金の事業などを実施しています。前者は、金融機関が中小企業の知財に着目して経

営支援や融資などを行ってもらうよう、中小企業の知財と事業の関係性をレポートにまとめた「知財ビジネス評価書」を提供している事業です。後者の補助金の事業にはいくつかあり、例えば外国出願補助金では、外国へ特許、実用新案、意匠または商標の出願を予定している中小企業などに対し、外国出願に要する費用の1/2を助成しています。

私たちは中小企業が知財に関してどういった支援を必要としているかなど、現場の声を聞くように努めています。そうしたニーズをいかに支援事業に反映させ、役立つ支援策を企画立案できるかが私たちの腕の見せどころです。そして、実際に支援した企業が、知財をしっかりと活用して躍進していると後々知ったときにはやりがいを感じ、次の仕事もまた頑張ろうと大きな活力になります。

(普及支援課 課長補佐 瓦井秀恵さん)

気になる疑問Q&A

Q 海外で特許出願することのメリットが知りたいです。

A 特許出願し権利化したその国で技術的アイデアなどを独占できるようになります。

Q 「知財評価活用のためのひな形」って何ですか？

A 金融機関による知財の観点での事業性評価のきっかけになるものです。

特許権をはじめとした産業財産権の効力が及ぶのは、権利を取得した国に限られます。そのため、海外で事業を独占的に行うためには、事業を展開する先の国でも権利を取得しておく必要があります。

知財金融促進事業で提供している「知財ビジネス評価書」をより普及させるため、金融機関が中小企業に対して支援などを行う際に参考となる基礎的な観点を取りまとめました。こちらをひな形として提供しています。

普及支援課 注目 NEWS



外国出願補助金の支援を拡充しました!

外国への特許出願後の手続も支援をしてほしいというユーザーの声を反映し、今年度から出願後の権利取得までにかかる「審査請求」と「中間応答」の費用を助成する補助金を新設しました。

無料で アドバイス

アイデア・出願・事業展開・海外展開 etc

インビット

知財支援はINPITにおまかせ!

「知財総合支援窓口」は独立行政法人工業所有権情報・研修館 (INPIT) 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、自社のアイデア、技術、デザイン、ブランドなどの「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?

経験豊富な支援担当者が、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!

高校のキャリア教育を地域振興に! 水産加工物などの事業拡大支援

のう すいしょうてん

支援概要

近隣河川に回帰するサケの有効利用と新潟県立海洋高等学校の職業教育を支援する株式会社能水商店。同校の生徒が開発した鮭魚醬「最後の一滴®」の知財取得に関して糸魚川市より連携依頼があり、支援がスタートしました。商品名などの商標登録に向けた支援を皮切りに、売上拡大・販路開拓に向けブランド専門家を活

用するほか、新潟県よろず支援拠点と連携しラベルデザインなどの改良を行いました。加えて、他社による商標権侵害の問題が浮上した際は、解決に向け専門家(弁護士)を活用。他社の使用を阻止することができました。新事業として道の駅への出店も決まり、再び同よろず支援拠点と連携支援を行っています。



支援成果

統一感のあるラベルデザインへの改良により、百貨店などのギフトの需要が高まり、販路と売上の拡大を図ることができました。また「最後の一滴®」を使用した「鮭ほぐし」

などの水産加工品が地元スーパーで販売され、BtoCのみならずBtoBマーケティングにも成功しました。



株式会社能水商店 代表取締役 松本様より

地方創生の時代において、専門高校の教育活動が人材育成にとどまらず地域振興にも結び付くという新しい価値の創出に向けて、商品開発やマーケティングに試行錯誤してきました。常に手探りで事業を展開する中、知財総合支援窓口にはワンストップでさまざまな課題を解決に導いていただき大変感謝しております。



新潟県 知財総合支援窓口 伊藤様より

同社社長は海洋高等学校の教員として生徒と共に鮭魚醬の開発に携わっておりましたが、水産業の発展と高校生の職業教育支援のため教員を退職し、同社を設立されました。さまざまな事業に挑戦され、地域貢献の志が高く、海外展開も検討。今後も益々の発展が期待できそうです。

INPIT知財総合支援窓口 全国共通ナビダイヤル

TEL

0570-082100 (平日 9:00 ~ 17:00)

※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



イラストレーター マンガがわかる 知財!

「授業で使える『知財創造教育コンテンツ』って?」

特許庁が、高等学校の授業で使えるSDGs教材キットである「知財創造教育コンテンツ」の公開を開始しました。一体、どんな取組なのか? パパンが突撃レポートします!



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



【特許庁からのお知らせ】

1 大学の研究成果を事業化するためのマニュアルを公表しました



特許庁は、大学に知財の専門家を派遣する、2021年度「知財戦略デザイナー派遣事業^{*}」において得られた知見を取りまとめた「大学研究成果の社会実装マニュアル」を公表しました。これは、研究成果の発掘から事業化までの各工程におけるポイントや留意点を解説した

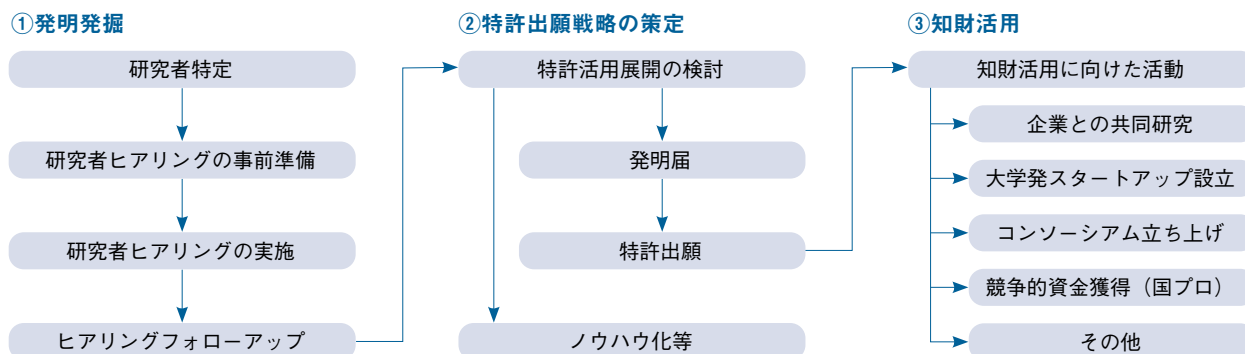
※大学の優れた研究成果を発掘し、研究者目線で知財戦略をデザインする知財戦略デザイナーを派遣する事業

詳細はこちらから ▶

(経済産業省HP／「大学研究成果の社会実装マニュアル」を取りまとめました)



研究成果の社会実装の全体像と本マニュアルの構成



2 グリーン・トランスフォーメーション(GX)技術の特許情報分析にGXTI (Green Transformation Technologies Inventory) をご活用ください

大区分	中区分	小区分
g0A 大気汚染防止	g0A-01 大気汚染防止	g0A-01-01 大気汚染防止
g0B 水質汚染防止	g0B-01 水質汚染防止	g0B-01-01 水質汚染防止
g0C 騒音・振動の防止	g0C-01 騒音・振動の防止	g0C-01-01 騒音・振動の防止
g0D 廃棄物の処理	g0D-01 廃棄物の処理	g0D-01-01 廃棄物の処理
g0E 資源の有効な利用の促進	g0E-01 資源の有効な利用の促進	g0E-01-01 資源の有効な利用の促進
g0F 宇宙空間の利用	g0F-01 宇宙空間の利用	g0F-01-01 宇宙空間の利用
g0G 原子力	g0G-01 原子力	g0G-01-01 原子力
g0H 宇宙空間の利用	g0H-01 宇宙空間の利用	g0H-01-01 宇宙空間の利用
g0I 宇宙空間の利用	g0I-01 宇宙空間の利用	g0I-01-01 宇宙空間の利用
g0J 宇宙空間の利用	g0J-01 宇宙空間の利用	g0J-01-01 宇宙空間の利用
g0K 宇宙空間の利用	g0K-01 宇宙空間の利用	g0K-01-01 宇宙空間の利用
g0L 宇宙空間の利用	g0L-01 宇宙空間の利用	g0L-01-01 宇宙空間の利用
g0M 宇宙空間の利用	g0M-01 宇宙空間の利用	g0M-01-01 宇宙空間の利用
g0N 宇宙空間の利用	g0N-01 宇宙空間の利用	g0N-01-01 宇宙空間の利用
g0O 宇宙空間の利用	g0O-01 宇宙空間の利用	g0O-01-01 宇宙空間の利用
g0P 宇宙空間の利用	g0P-01 宇宙空間の利用	g0P-01-01 宇宙空間の利用
g0Q 宇宙空間の利用	g0Q-01 宇宙空間の利用	g0Q-01-01 宇宙空間の利用
g0R 宇宙空間の利用	g0R-01 宇宙空間の利用	g0R-01-01 宇宙空間の利用
g0S 宇宙空間の利用	g0S-01 宇宙空間の利用	g0S-01-01 宇宙空間の利用
g0T 宇宙空間の利用	g0T-01 宇宙空間の利用	g0T-01-01 宇宙空間の利用
g0U 宇宙空間の利用	g0U-01 宇宙空間の利用	g0U-01-01 宇宙空間の利用
g0V 宇宙空間の利用	g0V-01 宇宙空間の利用	g0V-01-01 宇宙空間の利用
g0W 宇宙空間の利用	g0W-01 宇宙空間の利用	g0W-01-01 宇宙空間の利用
g0X 宇宙空間の利用	g0X-01 宇宙空間の利用	g0X-01-01 宇宙空間の利用
g0Y 宇宙空間の利用	g0Y-01 宇宙空間の利用	g0Y-01-01 宇宙空間の利用
g0Z 宇宙空間の利用	g0Z-01 宇宙空間の利用	g0Z-01-01 宇宙空間の利用

GX技術区分表の一部抜粋。大区分(6個)、中区分(32個)および小区分(86個)の3階層からなり、それぞれに「gx」から始まる区分記号を付与。

特許庁は、グリーン・トランスフォーメーション(GX)に関する特許技術を俯瞰する新たな技術区分表と、それにひも付く特許検索式とを合わせて「GXTI (Green Transformation Technologies Inventory)」として公表しました。

GX技術区分表とセットになった特許

POINT グリーン・トランスフォーメーション(GX)とは？

さまざまな環境問題を先進技術の力で解決する、気候変動関連・脱炭素関連・カーボンニュートラル関連の技術等のこと。環境保護と経済成長の両立は、あらゆる企業にとって持続可能な社会の実現を目指す成長戦略となる。

詳細はこちらから ▶

(特許庁HP／グリーン・トランスフォーメーション技術区分表(GXTI))



検索式は、自社・他社のGX技術出願情報の分析等に、そのまま使っていただくことが可能です。企業等に開示が求められている気候変動関連情報をエビデンスベースで説明する際に活用する等、特許情報に基づいた分析の際の共通資産になることを期待しています。



とっきよ Vol.53

発行：2022年8月1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.54)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、商標など知的財産にまつわる注目の最新ニュースを弁理士の栗原潔先生がわかりやすく解説！
 今回はチキンラーメンのあの"しましま"の話題です。

栗原 潔 先生

弁理士、コンサルタント。日本IBM、ガートナー・ジャパンでSE、ITアナリストとしての勤務を経て、2005年より現職。弁理士業務と先進IT分野を中心とした知的財産コンサルティング業務を並行して行う。寄稿・講演・ビジネス書翻訳など多数。



私が解説します！

TOPIC

チキンラーメンでおなじみの3色カラーが色彩のみからなる商標としてついに登録！



(登録第6534071号)

世界初のインスタントラーメン・チキンラーメン。発売当時からパッケージに使われ親しまれてきた「セピア・白・オレンジ」の色の組合せが今年3月、色彩のみからなる商標として登録された。色彩のみからなる商標は審査のハードルが高く、国内登録は9件のみ(2022年6月現在)。3年半以上をかけ、ようやく登録に至った。

FOCUS

カップヌードルでも、位置商標の登録に成功している日清食品

チキンラーメンを製造・販売する日清食品は、2018年に発売60周年を迎えたことをきっかけに色彩のみからなる商標を出願。ロゴなどがなくても配色のみで多くの人が当商品だと認識するだけの認知度を得ていることから、登録が認められた。この登録は、模倣品対策はもちろん、親しまれているブランドであることを世間にアピールするという点でも意義深い。同社は、カップヌードルの帯型の図形について位置商標の登録に成功している。



(登録第6034112号)

栗原先生解説

色彩のみからなる商標の登録のハードルが高い理由は？

色を見ただけで「あの会社の商品だ」と認識できることがありますよね。これは、文字やマークがなくても色だけで、自己と他人の商品とを識別する自他商品識別機能という、商標に求められる機能が果たされていることを意味します。こうした商品やサービスでは、色や色の組合せで商標を認める「色彩のみからなる商標」の登録が、2015年4月から可能となっています。

これまでに約560件の色彩のみからなる商標の出願が行われていますが、登録されているものは9件にすぎません(2022年6月現在)。なかなか登録されないのは、同商標の登録には、商標法第3条第2項に定められた「使用による識別性」(使用により識別力を有するに至ったということ)を出願人が立証する必要があるから。しかも、色彩だけで識別性を獲得していることを立証しなければならないからです。

この立証のためには、商標の使用の歴史や商品市場シェア、メディアでの扱い、広告宣伝活動、消費者の認知度アンケート調査など、膨大な証拠の提出が必要になります。しかし、商標として色彩の使用を独占できるというのは非常に強力な権利であり、ハードルが高いことは当然ともいえます。

そうした色彩のみからなる商標について、一番最近登録されたのが、日清食品のチキンラーメンのパッケージの配色で

す。この件でも、2018年7月に出願、2022年3月に登録と長い期間を要しています。

ほかにも、トンボ鉛筆のMONO消しゴムのケースなどの「青・白・黒」、セブン-イレブンの看板の「白・オレンジ・緑・赤」などの配色が登録されていますが、十分な識別性を獲得しているという点に異論のある消費者は少ないのではないのでしょうか。

色彩のみからなる商標を登録することにより、例えば、店頭で商品の色を見て「これだ」と思い購入したけれど、実はまったく別の模倣品であったというような、巧妙な模倣被害を防ぐことができます。同商標はそのように、企業のブランド保護に極めて有効であり、登録までの苦労に十分見合うものだと考えられます。



株式会社トンボ鉛筆
(登録第5930334号)



株式会社セブン-イレブン・ジャパン
(登録第5933289号)

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.5

VR端末を通じて 遠隔での接客ができる

PCとVR端末間での接続、およびVR端末の位置や視線方向などの情報について、クラウドを通じてやり取りを実現する
(特許第6400879号、米国特許第10493360号など)

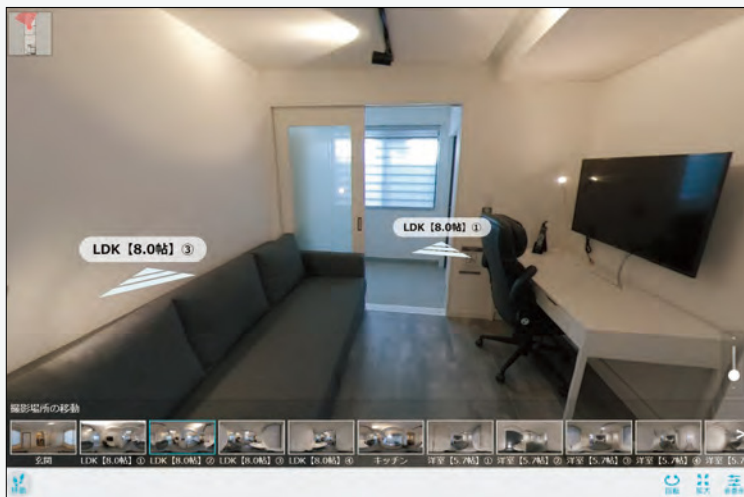
[COMPANY]

ナーブ株式会社

[PRODUCT]

ディスプレイ共有 (VR内見®)

VR端末の情報をPC側で受信できる技術を活用し、VRでの賃貸物件の内見を実現するサービス。接客者はユーザーがVR端末で見ている内容や注目している箇所を接客中にリアルタイムで確認し、その場で適切な助言を提示できる。また、インターネット経由でも情報の共有が可能。そのため、接客者は、目の前にいるユーザーに対してはもちろん、ユーザーが遠く離れた場所にいても遠隔による接客も可能となる。



同社は知的財産権の保護を積極的に行っており、およそ15件の特許を取得・出願している。ディスプレイ共有に加え、デジタルサイネージとしても使えるVR接客端末「CREWL」(写真左)も特許を取得済み(特許第6454821号)。

VR映像は送らなくていい!
発想の転換で快適な内見を実現

入学や就職、結婚などを機に新しいマンションやアパートを借りる……誰でも一度は経験したことがあると思います。このとき、悩ましいのが生活に適した家の間取りや広さ。二人で暮らすなら40平米で十分なのか、50平米は必要なのかなど、数字だけ見てもなかなかイメージできない人が多いのではないだろうか。

こうした不動産賃貸の悩みを解決するソリューションとしてナーブ株式会社が展開するのが、VRで物件を内見する「VR内見®」です。「百聞は一見に如かず」と代表の多田英起さんが言うように、3次元の空間で物件を内見することで、自分に合った広さかどうかを体感することができます。発明のきっかけは約7年前の同社オフィスの引っ越しでした。物件を内見した際の感想を社員間で共有するのが大変だったそうで、その際自社のVR技術を活用したことが現在のサービスへとつながったとのこと。

このVR内見®を実現するのが「ディスプレイ共有」という技術です。これは内見をしている人が見ている高画質な映像をスタッフの側でリアルタイムに確認したり、注目してほしいポイントを操作できたりするもので、効率的に接客ができるようになります。ディスプレイ共有の革新的なところは、これをインターネット経由で実現した点にあります。

「利用者目線では難しいことをしているように見えないのが、この技術の面白いところ」と多田さんは言います。と

いうのも、VRの映像はデータ量が膨大で、それをリアルタイムで複数人で共有するとネットワークに大きな負荷がかかります。データ量を抑えるため映像の品質を下げるなど、何かしらの制約なしに実現することは困難とされてきました。

そこで多田さんが考えたのが、「映像そのものではなく、お客さんがどこでどういった角度で見ているかという情報だけに絞ってデータをやり取りする」という手法。位置と角度の情報だけならデータ量はごくわずかです。安定してデータを送受信することができ、この情報をスタッフ側が持つ映像データに反映すれば、顧客が見ているものをリアルタイムで確認でき、VR経由でも適切なアドバイスが可能に。これにより、対面に近い内見が実現できるようになったのです。

高画質・低遅延でVRでのコミュニケーションを実現するこの技術は、旅行やショッピングなど幅広い分野での活用が期待されています。他社との協業も視野に入れ、多方面でのVR活用を模索する多田さん率いるナーブ株式会社は、果たしてどのような未来を見せてくれるのでしょうか。VRがもたらす新しい購入体験はもうすぐそこまで来ています。



PROFILE

ナーブ株式会社

所在地／東京都千代田区有楽町
1-10-1 有楽町ビル4F
TEL／03-6635-6199
URL／<https://www.nurve.jp>
設立年／2015年
業種／ソフトウェア業
従業員数／17人