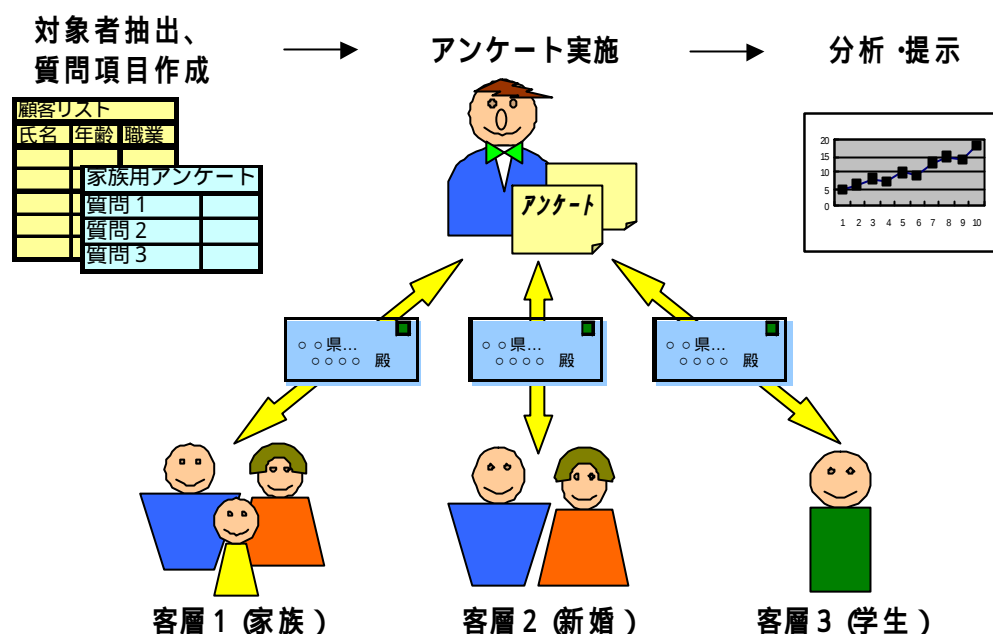


純粋ビジネス方法の例（特許庁・特許にならないビジネス関連発明の事例集より）

事例 1 — 1	市場調査・分析方法 A （ビジネス方法自体を特許請求しているもの）
判断のポイント	客層毎に商品に関するアンケートを実施し、結果を分析・表示するというビジネス方法自体は、人為的な取決めや経済法則に基づくものなので特許にならない。



【特許請求の範囲】

市場調査対象となる商品と調査目的を決定するステップと、
 アンケート対象者を客層毎に抽出するステップと、
 客層毎に、その客層と調査目的に対応する質問項目を決定するステップと、
 抽出された各客層のアンケート対象者に対して、対応する質問項目からなるアンケートを送付し、回答を回収するステップと、
 回答について客層毎にかつ質問項目毎にデータ集計するステップと、
 集計結果を、客層毎にかつ質問項目毎に提示するステップと、
 からなる市場調査・分析方法。

〔説明〕

この発明は、商品に関する市場調査と分析を行うにあたり、客層毎にその商品に関するアンケートを実施し、結果を分析・表示するというビジネスを行う一連のステップに関するものであるが、顧客に対してアンケートを行うことにより市場調査及び分析を行うことは人為的な取決めに基づくものであり、かつ、客層毎に異なるアンケートを行うことは、客層毎に消費行動が異なるという経済法則を利用したものである。また、このビジネスを行う一連のステップは、コンピュータの動作方法であると把握することができないから、人為的な取決め及び経済法則のみに基づくものであり、自然法則を利用したものではない。

したがって、この発明は、「自然法則を利用した技術的思想の創作」にはあたらない。
 （特許・実用新案審査基準第 II 部「産業上利用することができる発明」第 1 章 1.1(4)参照）