

平成27年度産業財産権制度問題調査研究 「用途発明の特許権の効力範囲を踏まえた食品の保護の在り方に関する調査研究」 アンケート結果（抄）

アンケート対象：135社

（① 日本食品・バイオ知的財産権センター 正会員 124社）

（② ①以外に機能性表示食品の届出を

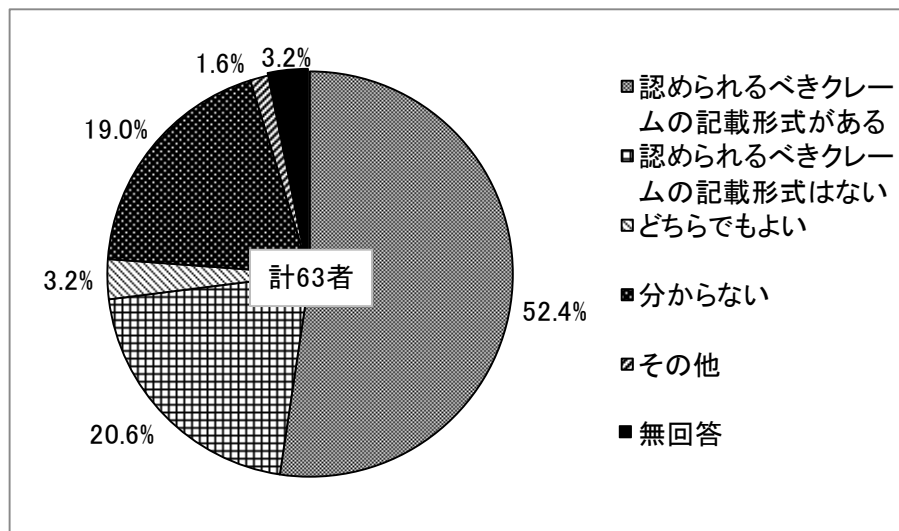
平成27年5月までに行った企業 11社）

回収：63社（回収率46.7%）

実施期間：平成27年7月17日～8月14日

1. 機能性食品について用途発明としての新規性が認められるべきクレームの記載形式の有無

機能性食品について用途発明としての新規性が認められるべきクレームの記載形式があるか否か



2. 1. において「認められるべきクレームの記載形式がある」とした理由（複数回答可）

	件数	割合
a イノベーションの促進のため	19	57.6%
b 研究開発費の回収のため	19	57.6%
c 食品が医薬品や化粧品等他の技術分野と扱いが異なるのは不公平であるため	21	63.6%
d 他に法的な保護手段がないため	13	39.4%
e その他(可能な範囲で具体的な内容をご記入ください。)	3	9.1%
無回答	0	0.0%
回答者数	33	100.0%

3. 機能性関与成分が添加されている又は含まれているが当該成分の機能性が知られていなかった食品そのものは公知であったところ、当該機能性を有する食品について用途発明としての新規性が認められ、特許権が取得された場合に、当該特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当であると考えられるものは以下のどれか。

A. 当該用途に関連する機能性表示を商品パッケージに表示した食品の製造販売等の行為

	件数	割合
a 当該行為が特許出願後に開始された場合	25	39.7%
b 当該行為が特許出願の公開後に開始された場合	25	39.7%
c 当該行為が、当該用途に関連する機能性がマスメディア、学会発表等の手段によって周知になった後に開始された場合	8	12.7%
d 当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当でない	5	7.9%
e その他	9	14.3%
f 分からない	3	4.8%
無回答	4	6.3%
回答者数	63	100.0%

上記a～cのいずれかに回答があったものを、「当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当である」として集計したものを下記に示す。

	件数	割合
当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当である(以下のa～cのいずれかと回答)。		
a 当該行為が特許出願後に開始された場合	46	73.0%
b 当該行為が特許出願の公開後に開始された場合		
c 当該行為が、当該用途に関連する機能性がマスメディア、学会発表等の手段によって周知になった後に開始された場合		
d 当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当でない	5	7.9%
e その他	9	14.3%
f 分からない	3	4.8%
無回答	4	6.3%
回答者数	63	100.0%

B. 当該用途に関連する機能性表示を商品パッケージに表示していない食品の製造販売等において、以下に例示したような当該食品の当該機能性をうたう行為

- (例) 1. 当該食品の販売者が、販売時に口頭で当該機能性をアピールする行為
 2. 販売に係る営業活動において当該機能性をチラシやメールで宣伝する行為

	件数	割合
a 当該行為が特許出願後に開始された場合	22	34.9%
b 当該行為が特許出願の公開後に開始された場合	22	34.9%
c 当該行為が、当該用途に関連する機能性がマスメディア、学会発表等の手段によって周知になった後に開始された場合	9	14.3%
d 当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当でない	9	14.3%
e その他	8	12.7%
f 分からない	3	4.8%
無回答	5	7.9%
回答者数	63	100.0%

上記a～cのいずれかに回答があったものを、「当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当である」として集計したものを下記に示す。

	件数	割合
当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当である(以下のa～cのいずれかと回答)。		
a 当該行為が特許出願後に開始された場合	43	68.3%
b 当該行為が特許出願の公開後に開始された場合		
c 当該行為が、当該用途に関連する機能性がマスメディア、学会発表等の手段によって周知になった後に開始された場合		
d 当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当でない	9	14.3%
e その他	8	12.7%
f 分からない	3	4.8%
無回答	5	7.9%
回答者数	63	100.0%

C. 当該用途に関連する機能性関与成分を添加又は増量しているが、機能性表示を商品パッケージに表示していない食品の製造販売等において、以下に例示したような当該食品の当該成分の添加又は増量のみをうたうことにより、積極的に販売促進を図っていたと認められる行為

- (例)
1. 当該食品の販売者が、機能性に言及することなく、成分を新たに添加又は増量したことを商品パッケージに表示する行為
 2. 販売時に口頭で当該成分を新たに添加又は増量したことをアピールする行為
 3. 販売に係る営業活動において当該成分を新たに添加又は増量したことをチラシやメールで宣伝する行為

	件数	割合
a 当該行為が特許出願後に開始された場合	6	9.5%
b 当該行為が特許出願の公開後に開始された場合	8	12.7%
c 当該行為が、当該用途に関連する機能性がマスメディア、学会発表等の手段によって周知になった後に開始された場合	3	4.8%
d 当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当でない	38	60.3%
e その他	5	7.9%
f 分からない	2	3.2%
無回答	6	9.5%
回答者数	63	100.0%

上記a～cのいずれかに回答があったものを、「当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当である」として集計したものを下記に示す。

	件数	割合
当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当である(以下のa～cのいずれかと回答)。		
a 当該行為が特許出願後に開始された場合	13	20.6%
b 当該行為が特許出願の公開後に開始された場合		
c 当該行為が、当該用途に関連する機能性がマスメディア、学会発表等の手段によって周知になった後に開始された場合		
d 当該行為は、特許権の効力が及ぶ他人の行為として妥当でない	38	60.3%
e その他	5	7.9%
f 分からない	2	3.2%
無回答	6	9.5%
回答者数	63	100.0%

自由記載

5 極において食品分野というだけで用途発明を認めないのは日本だけである。国際調和の観点からみても外れている。