

～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.1 知財知識を身に着ける意義

1. はじめに

本号から、「知財」に関する講座を連載させて頂く、大樹七海と申します。なお、「知財とはなにか?」というご質問も後ほど解説しますので、ご安心下さい。

本誌では遡ること昨年2021年9・10月号において、「[建設業における知的財産活動の概観と展望](#)」という題で寄稿させて頂いています。こちらは、土木・建材・工法分野での知財活動の概要を掴める内容となっています。

さて、本連載は、誰もが、知財について興味関心を持って、分かるような講座を目指したいと思います。そのため、出来るだけ専門用語に走らない解説としますが、時代の先読みもできるよう、硬軟織り交ぜ、最前線かつ高度な知財の話題も含め、幅広く取り上げていく予定です。各分野の専門家から見れば、大雑把な表現とも成り得ますが、何卒ご容赦頂ければと思います。なお詳細な情報の補完や、もっと知りたいという意欲的な読者のために、末尾に参考文献を記載しますので、ぜひ学習にお役立て下さい。

2. 知財・知的財産権・知的財産権法とは?

まず、用語について、簡単に説明をしたいと思います。「知財」とは、「知的財産」の略で、人間の幅広い知的創造活動の成果が財産となります。例えば、発明やデザイン、絵画や音楽などが知財に含まれます。法律の定義における「知的財産」では、「情報」であると示されています¹⁾。昨今の情報社会において、情報の法律的扱いを理解する事は、事業を行う上での必修事項となりつつあります。この「知的財産」に「権」が加わった、「知的財産権」は、特許権や商標権、著作権などの利益に係る権利です²⁾。そして、その「知的財産権」に「法」が加えられた、「知的財産権法」は、「財産的価値を有する情報の利用に制限」をかける法律です²⁾。では、なぜ社会は、「情報の自由な利用を制限する法律が必要である」という結論に至ったのでしょうか。

「情報」は、「モノ」とは異なり、容易に模倣される性質を持っています。利用により消費されても無くなりませんし、多くの方が同時に利用することができます。情報化社

会において、財産的価値を有する情報にアクセス制限がなされなければすぐに公共財となります。そうすると、情報を創作した方への利益の還元がなされません。創作者に利益を与える手段を用意できなければ、創作へのインセンティブが失われ、それは社会にとって良いことではない、という考え方があります³⁾。法律用語では、モノを「有体物」と呼ぶのに対し、「知財＝情報」を「無体物」と呼びます。この無体物へのアクセス制限をどうするか、という扱いについては、有体物に対する所有権の考え方では、上述の通り、情報とモノの性質の違いから馴染まないところがあります。そこで私人間の権利調整に関わる私法の原則である一般法の「民法」とは別に、特別法として、「知的財産権法」が設けられています。そして、財産的価値を有する情報の性質の違いに応じて、「特許法」、「商標法」、「著作権法」、「不正競争防止法」等によりアクセス制限方法を規定しているのです。なお、「知的財産権法」という名称の法律が存在するわけではありません。特許法や商標法、著作権法等の知的財産権を扱う法律を総称した名称となります。一般に知的財産権の種類は図1となります。

「産業財産権」という言葉も馴染みがないと思いますが、知財では類出の用語です。知的財産権のうち、「特許権」、「実用新案権」、「意匠権」及び「商標権」の4つを指します。なお、これらの権利の手続窓口は特許庁です。この手続きも今後連載で解説します。



図2 産業財産権の例
INPIT 知財総合支援窓口 HP



図1 知的財産権種類
特許庁 2021 年度「知的財産権制度入門」テキスト

ちなみに、「肖像権」や「商品化権」という言葉を耳にしたことのある方もいらっしゃるかもしれませんが。しかし、肖像権法や、商品化権法という法律があるわけではなく、肖像権は民法、商品化権は著作権法・特許法・商標法・意匠法などの法律で扱います。

ところで、法律の専門家である「弁護士」になるための「司法試験」では、知的財産権法は必須の科目ではなく、選択科目に知的財産権法を選んだ場合にのみ、特許法と著作権法が問われます。一方で、「弁護士」になるための試験では、特許法、実用新案権法、意匠法、商標法、著作権法、不正競争防止法、条約といった知的財産権法の殆どが必須科目となります。そのため弁理士は、「知財の専門家」と呼ばれます。弁理士にご興味を持たれた方は、知財初心者の方が初めて弁理士に依頼するときに読む本「弁理士にお任せあれ」(知的財産権取得のメリット、弁理士とは、弁理士の仕事とは、弁理士に依頼するメリットと探し方&選び方、依頼前の準備リスト等を載せた、知財取得のための

総合ガイド本となります)を参考下さい⁴⁾。

3. 知的財産権法の理解には、バランス感覚が必要

3.1 知的財産権法の功罪をみる

(1) 税関の水際対策が可能

皆様は知的財産権法にどのようなイメージをもたれていらっしゃるでしょうか。例えば税関の水際対策をご紹介します。知的財産権法の存在により、税関の方々の多大な労力で、昨年は2万8千件を超える海外からの知的財産侵害物品の輸入が食い止められました(令和3年の税関における知的財産侵害物品の差止状況 令和4年3月4日財務省)。もし、知的財産権を取得していなかったら、泣き寝入りするしかなかったことになります。

(2) 一国の科学技術力・産業競争力として

一国の科学技術力・産業競争力を示す重要な国際取引指標の一つに「技術貿易額」というものがあります。こちらでも知的財産権が貢献しています。「技術貿易額」とは、特許権、実用新案権、商標権、意匠権、著作権といった知的財産権や、ノウハウといった技術知識の輸出と輸入額を示すものですが、技術貿易額は主要国で増加しています。日本の経常収支におけるサービス収支の内訳をみると、令和2年度の最も稼ぎ頭であった「旅行」が、コロナ禍において大打撃を受けてしまった中で、黒字額1位と健闘したのは、「知的財産権使用料」でした。つまり、貿易におい



図3 弁理士の仕事「弁理士にお任せあれ」大樹七海⁴⁾

て、知的財産権は重要な地位を占めています⁵⁾。従って、海外事業でも大いに頑張りたいところなのですが、海外では、日本では考えられない知財リスクが存在します。そこで、海外事業における知財リスクの回避手段については、「世界の知的財産権」という書籍にまとめていますので、参考になさってください⁵⁾。本連載でも海外の知財リスクについて執筆予定です。

3.2 独占と自由利用のバランス

知的財産権制度はグローバルな視点で捉えられるもので、上手く活用されている例を紹介しましたが、一方で「知的財産権法が無い方が、社会にとって良いのではないか」というような主張があることもご紹介しておきます。というのも、知的財産権制度の功罪の知識なしに、いきなりそちらの方から聞いてしまうと、ありかなしかの二択の単純な見方によって、知的財産権制度に不信感を持ち、全てを拒絶してしまう方もおられるからです。知的財産権制度の理解には、バランス感覚が必要だということを話しておきたいので、色々な視点を入れたいと思います。さて、皆さんは、例えば1つのプリンタ製品あたりに特許は幾つ関わっていると思いますか？答えは約3,000件です(図4)。驚かれましたでしょうか。こうなると、製品開発をすれば、特許という地雷を踏んでしまうことになり、そのために割かざる負えない労力やコストはイノベーションを阻害している、という意見があります。こうした状況は、専門家の間では「特許の藪(やぶ)」⁶⁾と呼ばれ、とりわけ半導体分野などでは深刻で、様々な試行錯誤がなされています(例えば、標準化と特許に関してはオープン&クローズ戦略として取り上げられています⁷⁾)。

また、国の経済政策に出てくる類出用語に、「アンチパテント政策」、「プロパテント政策」、という言葉があります。「アンチパテント政策」とは、特許権を取らせないで

自由利用を促す方向にするもので、「プロパテント政策」とは、逆に特許権を取らせて独占を進ませる方向にするものです。この二つを行き来することで自由競争を調整する経済政策が行われています⁸⁾。世界の国々がこうした政策を取ると、当然ながら我が国の経済も影響を受けることになり、それに合わせて法律の運用変化が起きたり、法改正がなされたりします。

著作権法では、日本ではAI開発がしやすい様に、権利を制限する規定が設けられています。他にも学校教育や障害等を抱える方々の利用等も一定の条件下で権利を制限する規定があります⁹⁾。このように、知的財産権法では、なんでもかんでも独占がまかり通るというわけでもありません。自由利用については、「権利を取らない」、または「国等が権利を取らせない」、「法律で権利の一部を制限する」という方法だけではなく、「権利を取った企業が(自発的に一部)権利を制限して、他社の自由利用を許可する」という方法もあります。例えば、「知的財産に関する新型コロナウイルス感染症対策支援宣言」として、我が国の企業が主体となり、927,897件(5月2日現在)の特許による支援を表明しています¹⁰⁾。また近年のオープンイノベーションという考え方は、独占と自由利用の関係を上手に用いるというものです¹¹⁾。このように、知的財産権法の使い方は、常に保護と利用のバランスの上に成り立つものであることを念頭に置いて頂ければと思います。特に、技術の進歩や社会情勢の変化で、保護と利用のバランス調整機能が社会制度に求められるので、この要請に応えるべく、知的財産権法は頻繁に改正がなされます。例えば令和2年4月1日に行われた意匠法の大改正は、IoT・AIなどの新技術の発展により広がってきたビジネスの実状に対応するために、「画像」「建築物」「内装」が保護対象に追加されました。知的財産権法は、常に最新の情報に照らし合わせる必要がありますので、詳細は弁理士に相談するようにして下さい。

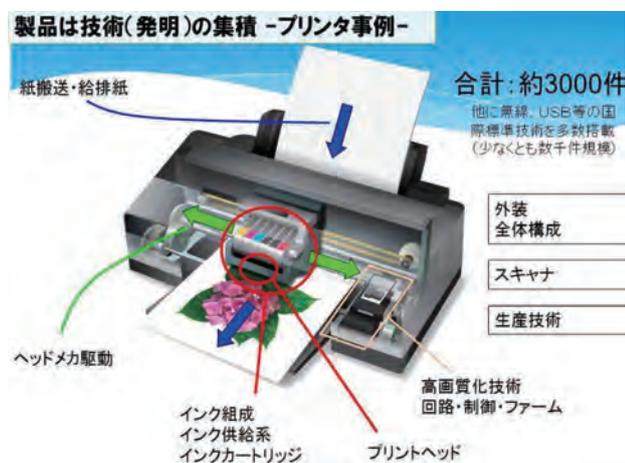


図4 一製品が数千の特許で構成
産業構造審議会知的財産分科会第3回特許制度小委員会
(平成26年4月14日)

4. 知財活動と知財教育の現状

(1) 知財の考え方や知財の活用方法を身につける意義

「知財」という言葉に慣れておられる方は、まだそう多くはありません。ですから、わからなくても、心配はいりません。今から知るだけでもアドバンテージが発生します。知財に関する本格的なストーリー漫画がありますので、参考文献に記載します¹²⁾。そもそも、社内に知財を専門的に扱う部署である、知財部を有する企業は限られています。また、自社に知財部を有していても、知財部の方が他部署の方から所属先を聞かれ、「ちざいぶ(知財部)です」と伝えたと、「ちざい(知財)」という言葉認識できずに、「しざいぶ(資材部)」ですか？と勘違いされたという悲しいエピソードも聞きます。しかし、知財が発生するところも、



図5 手遅れになる前に!「弁理士にお任せあれ」大樹七海⁴⁾

知財で問題が起きるところも現場です。知財を意識しておらず、知財の専門家から遠い(あるいは知財の専門家との連携が上手くいっていない)という状況は、「常に事後に」、法律含めた問題の対処が始まることとなります。しかし、事後に打てる策というのは限られ、「攻め」が出来ないのももちろんのこと、「守り」もできない状況に陥ります。また知財の流出=情報流出ですから、被害を回復させることは至難か、無理だという悲劇が多く起こります。事件は、知財部でも法務部でも特許事務所でも起こるわけではなく、彼らの位置づけは後方支援です。そのため、様々な現場を見ている、その場にいる方の気づき、初動、個の力同士の連携が小さなことですが、未然に大事故を防ぎ、大きな力を生んでいきます。そうした意識で、どなたでも知財の考え方や活用方法を身に着けることに意義があります。

ちなみに、知財部ではどのような仕事をしているのかという疑問があると思いますので、以下にまとめてみました(Box1)。多種類の難しそうな事が書かれていると思われるかもしれませんが、一人知財部と呼ばれ、お一人の方がこなされているケースも多々あり、このうちの幾つかを仕事とされておられます。一般には、外部専門家である弁理士や弁護士等と連携して業務が行われますので、初めは知財について分からなくても、上司や外部専門家の手引きにより研鑽を積み重ねていきます。

Box1 知財部の仕事

一般に、主に特許・商標・意匠を筆頭とする知的財産の創出・保護・活用に関わる、調査・出願・申請手続き・契約・交渉などに関する業務が行われます。自社及び他社の権利の質や内容、競争力、市場規模と将来予測、リスクの大きさなどを多岐にわたって把握・判断し、事業戦略に活かすことが求められます。近年では、コンプライアンスの観点から、技術情報発信時における著作権のトラブル防止、不正競争防止法等を念頭に、自他社秘密情報の不用意な漏洩防止のためのリスク管理、オープン&クローズ戦略として標準化分野も手掛ける場合もあります。

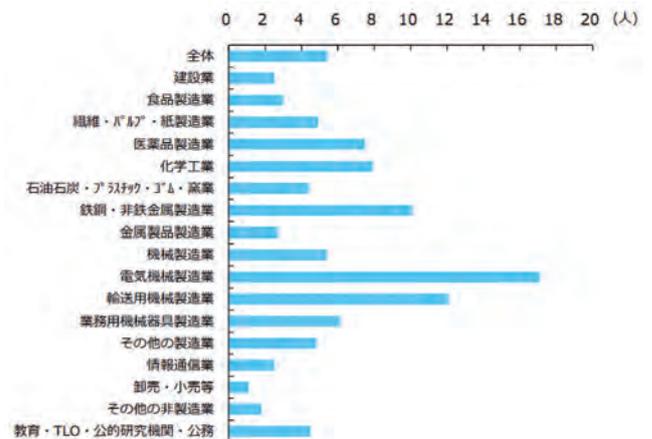


図6 業種別の知的財産担当者数(1者あたり平均値)

資料: 特許庁 令和2年知的財産活動調査結果の概要

特許庁がまとめた知財部担当者数の調査結果があるのでご紹介します(図6)。業種によってばらつきがあり、1.1人(卸売・小売等)~17.1人(電気機械製造業)、建設業では2.2人ですので、規模感がお分かりになると思います。

(2) 知財教育について

一般の方々に、知財が馴染まない遠因としては、勤労世代の多くは教育課程で知財教育を受けた経験がなく、また知財教育を受けられた方も、一部の先進的な教師の取り組みにより恩恵を受けられたケースであったためと思われます。近年は、日本の知財教育をどうするかについて議論が始められています¹³⁾。また、知財教育と一概にいても、学校教育(小学校、中学校¹⁴⁾、高校、高専¹⁵⁾、音楽学校¹⁶⁾、大学/学部による)、また企業・大学・団体・官公庁等(分野、素材系、電機系¹⁷⁾、化学系、デザイン系、IT系、バイオ・医療系、商社系、土木建築系など)、職種(経営者、エンジニア、研究者、デザイナー、クリエイター、営業、事務の方々)など、さまざまな目的の違いにより、扱う知財の種類や質、レベルがそれぞれ異なり、知財活動の頻度や重要性が異なることは、想像に難くないと思っ頂けるかと思えます。(もしカスタマイズされた知財教育講座が必要であれば、ご連絡頂ければと思います)。

(3) 個人の知財活用能力を高める意義

現代は、個人の力を発揮し易くなっています。会社でTwitterやFacebook、Instagram、LINE等の担当に命じられる事もあれば、個人名のアカウントで、企業アカウントとしての役割を果たされる方もおられます(特に採用担当やマーケティング担当の方)。便利な各種ITツール(業務支援のクラウド型含むツール等)で、一人もしくは少数で、新規プロジェクトを即座に立ち上げたり、社内ベンチャーを起こされたり、副業により個人事業を開業されたりする方も増えています。平成30年1月に「モデル就業規則」と「副業・兼業の促進に関するガイドライン」が改訂

(その後も改訂続く)され、政府としても副業を後押ししています (Box2)。背景には、年金問題や雇用の維持、生産性の向上等があります。しかしここで、情報漏洩の懸念、従業員の秘密保持義務、競業禁止義務、知財の帰属などの問題について対応が必要となってきます。また転職等による人材の流動性は高まり続けています。

Box2 兼業・副業の企業事例 (五十音順)

1. 株式会社 I H I
2. ANAホールディングス株式会社
3. S M B C日興証券株式会社
4. カゴメ株式会社
5. 株式会社 J T B
6. 株式会社静岡銀行
7. 株式会社新生銀行
8. ダイハツ工業株式会社
9. 株式会社ディー・エヌ・エー
10. 東京海上日動火災保険株式会社
11. 株式会社みずほフィナンシャルグループ
12. 三菱地所株式会社
13. ライオン株式会社
14. ライフネット生命保険株式会社
15. ヤフー株式会社

資料：副業・兼業の促進 働き方改革フェーズⅡと
エンゲージメント向上を目指して 2021年10月12日 経団連

組織や事業運営の成功あるいは失敗は、企業という顔のないものではなく、「どういう人がどのように動かれるか」で決まっていると感じます。そのため、個々人の知財力を高めるということは、現場や部署や企業、さらには事業分野自体が変わっても、組織の飛躍に繋がる判断と行動が起こせる即戦力となります。裏を返せば、一人の悪手は組織全体に大きなダメージを与えかねない時代ともなっています。ではどういった知財の知識があると良いのでしょうか。

5. 役に立つ知財知識

(1) 自身・自社活動への導入に、まず何からすればよいか

最初に役に立つ知財知識の優先順位としては、「著作権法」の知識、次にロゴやネーミング等を扱う「商標法」の知識であると思います。それから、知名度抜群の「発明」を扱う「特許法」の知識となります。特許法がわかると、他の法律の理解も楽になります。特許法の基本的な考え方は、小発明を扱う「実用新案権法」やデザインを保護する「意匠法」にも通じる場所があるからです。これらの法域に適宜、不正競争防止法を絡めて、各法域間の違いや使



図7 知財の活用に明るい体制を作る
「弁理士にお任せあれ」大樹七海⁴⁾

い分け、あるいは重畳的な使い方を解説したいと思います。これらを駆使すると、知財戦略となります。

イメージとしては、知的財産権は、自社の財産的価値を有する情報(知財)を攻防するための武器や防具といった道具(ツール)に当たります。道具の性能や扱い方を知り、修練すればするほど、戦いに強くなるものです。

各法の単元毎に話をしましたが、社内に知財活動を取り入れていくための段取りの話をするには、まずは、自社の「知財ポリシー」という社内方針を作るところから始め、「職務発明規定」の整備、自社の各事業段階における知財リスクの把握、知財契約(秘密保持契約、共同研究契約等、知財の帰属)、他社製品やサービス、外部事業者を使う場合の知財条項の確認、知財予算の考え方、また知財関連の助成金情報の取得、広報においては、SNS含め情報発信において気を付けるべき知財リスク、こちらは自社だけでなく外部デザイナー等に依頼する場合等においても起こり得ます。そこで、こうした事項も連載で解説していきたいと思っています。

(2) 知財に関する幅広い情報に触れる

他山の石とする、同じ轍は踏まない、といった諺がありますが、他社の知財活用(失敗から始まる)事例は自社の知財活用を考える上で、多くのヒントが与えられます。また知財活用は、分野(競合他社)、企業の規模(人員や予算)、事業の段階、目標等によって、全く異なる戦術が取られます。そこで、タイプの異なる中小企業の事例の紹介、時事ニュース、知財動向ダイジェストなどの解説も挟んでいきたいと思っています。なお、大企業やスタートアップ企業の事例では、「経営における知的財産戦略事例集」¹⁸⁾があり、素晴らしい資料です。ただ、中小企業の現状を見ていると、これを実現する前にまだハードルがあると感じることも多いため、もう少し身近に出来る例も取り上げる予定です。

(3) 海外の知的財産権について

世界を見渡すと、WTOにおいて、2019年に発展途上国の地位を放棄した韓国に対して、放棄宣言をしていない中

国ですが、先進諸国を徹底研究した上での知財制度構築並びに知的財産権の獲得に動いています。規模では、例えば特許出願件数は世界の出願件数のほぼ半分を占めるまでに至っています¹⁹⁾。しかし、昨今のロシア情勢も踏まえて、欧米を中心に、社会主義国等での生産拠点の見直しも始まっており、日本企業として民主主義国での市場開拓が出来る機会と捉える事もできます。あまり認識されていないところですが、知的財産権法は各国によって異なりますので、輸出先国で、当該国の法律に沿った知的財産権の取得に動かねばなりません。特許や商標などを解説する回、並びに世界の知的財産権の回を設けて、解説したいと思います。なお、海外の知的財産権について詳しくは「世界の知的財産権」²⁰⁾を参考にしてください。

6. まとめ

第一回目は、知的財産権法の入り口である、知財の性質の理解に重点を置き、個人が知財知識を身に付ける意義に

ついて述べ、多角的な視点から今後の展開についてお話しさせて頂きました。次回からは、いよいよ知財リスクの回避に繋がる知識を身に付けられるように、各法律の特徴や具体的な使い方について、普段の生活や実際のビジネスと絡めながら解説していきたいと思います。



profile

大樹七海 弁理士・作家(雅号)

<https://note.com/ookinanami/>
政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所、産業技術総合研究所)にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。主著『世界の知的財産権』(経済産業調査会)、『弁理士にお任せあれ』(発明推進協会)、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』(マスターリンク)、内閣府知財教育選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)他。

参考文献および学習に役立つ情報

- 1) 「知的財産権基本法」(平成14年法律第122号)
 - 第2条 この法律で「知的財産」とは、発明、考案、植物の新品種、意匠、著作物その他の人間の創造的活動により生み出されるもの(発見又は発明がされた自然の法則又は現象であって、産業上の利用可能性があるものを含む。)、商標、商号その他事業活動に用いられる商品又は役務を表示するもの及び営業秘密その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報をいう。
 - 2 この法律で「知的財産」とは、特許権、実用新案権、育成者権、意匠権、著作権、商標権その他の知的財産に関して法令により定められた権利又は法律上保護される利益に係る権利をいう。
- 2) 知的財産の理解を深める書を以下に挙げる。
 - ・中山信弘, 知的財産の『無体』財産たる所以 - 知的財産権と所有権との違い -, 西村知的財産権研究会, 2008.5.14
 - ・田村善之, 知的財産法第5版, 有斐閣, 2010.5.30, pp.3-7
- 3) 知的財産権の正当化根拠について理解を深める書を以下に挙げる。
 - ・田村善之, 知財の理論, 有斐閣, 2019.12.20, pp.3-34
- 4) 大樹七海, 弁理士にお任せあれ, 発明推進協会, 2020.3.12
- 5) 大樹七海, 世界の知的財産権, 経済産業調査会, 2021.12.1, pp.48-50
- 6) 特許の藪(やぶ)に関する簡単な解説を挙げる。
 - ・大樹七海: 知的財産権制度は、なんのためにあるのか? ~特許制度の意義、特許の哲学、特許の理論について~, 2020.12.20, <https://note.com/ookinanami/n/nf7b7eee99bd7> (参照2022.4.26)
- 7) 過去事例から学ぶ書を以下に挙げる。
 - ・江藤学, 標準化ビジネス戦略大全, 日本経済新聞出版, 2021.7.20
 - ・小川統一, オープン&クローズ戦略, 翔泳社, 2015.12.4
 - ・小川統一, 国際標準化と事業戦略, 白桃書房, 2009.10.26
- 8) 世界に大きな影響を与える米国のアンチパテント・プロパテント政策の歴史的変遷についての解説を挙げる。
 - ・大樹七海, 世界の知的財産権, 経済産業調査会, 2021.12.1, pp.179-181
- 9) デジタル化・ネットワーク化の進展に対応した柔軟な権利制限規定(著作権法30条の4、47条の4、47条の5等)、教育の情報化に対応した権利制限規定等(著作権法35条等)、障害者の情報アクセス機会の充実に係る権利制限規定(著作権法37条)
- 10) 知的財産に関する新型コロナウイルス感染症対策支援宣言, <https://www.gckyo.com/covid19> (参照2022.5.2)
- 11) オープンイノベーションに関する提言書を挙げる。
 - ・NEDO, オープンイノベーション白書 第三版, 2020.5.29
- 12) 大樹七海, マスターリンク, ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産, 2021.2.1
- 13) 内閣府, 知財創造教育推進コンソーシアム, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tizaikyoku.html> (参照2022.5.2)
- 14) 14~17以下、著者の取り組みが参考となる。
 - 原口直, AKB48から学ぶ知財教育~中学校音楽科~, パテント, 2018年6月号
 - 山崎祐二, 工業高校における知財教育の取り組み事例, パテント, 2018年6月号
 - 城田晴栄, 音楽専門学校と知財教育, パテント, 2018年6月号
 - 渡辺健一, 企業における若手技術者向け知財教育の取り組み事例, パテント, 2018年6月号
- 18) 特許庁, 経営における知的財産戦略事例集, 2019.6
- 19) 大樹七海, 世界の知的財産権, 経済産業調査会, 2021.12.1, pp.15
- 20) 大樹七海, 世界の知的財産権, 経済産業調査会, 2021.12.1



～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.2

SNS時代に身に着けたい著作権リテラシー

1. はじめに

初回にあたる前回は、「大樹七海の知財教室」の連載コンセプトについてお話させて頂きました。コンセプトは小タイトル(見出し)にある通り「学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方へ」というものになります。さて、第二回の今回は、知的財産権の中でも、最も身近で関心が高く、それでいて難解な「著作権」を取り上げます。特にSNS時代においては、企業や大学・自治体、個人事業等で、営利目的で画像や広告動画の投稿が行われるようになってきていることを念頭に入れながら、著作権周り(著作権だけではないということです)のリスクを察知する能力、それを回避するための対策知識が身に着くようにお伝えできればと思います。

2. 著作権はわかりにくいし、むずかしい…

著作権(に限らずですが)の捉え方は、様々な考え方を考慮しながら臨む必要があります。

I「法学上の考え方」: 諸外国の法制度と条約、国内の他の法律等との兼ね合い、立法面と司法面のバランス等も考え将来の法制度を検討します。

II「実務上の考え方」: 法律や業界慣行等をふまえ、主にビジネスの観点からその間隙に生じる問題を独自のルール作り、交渉、契約等により解決の糸口を検討します。

III「生活上の考え方」: 著作権の違法性の検討とはまた別に、道徳心や市民感情、文化や芸術性や創造性に対して抱く尊敬、昔から尊重されている伝統、慣行やエチケットなど様々な感性から形作られる世論が、政策形成や企業や個人(デザイナーやプログラマー)の市場価値や評価に大きな影響を及ぼすことを忘れてはいけません。

まずIの現状ですが、平成30年(2018年)に大規模な著作権法の改正(平成30年法律第30号)が行われました。複雑な著作権の体系をどう未来のために使い易くするかという視点から、関係各所により10年を超える検討の末に結実した集大成です。例えばデジタル化・ネットワーク化の技術進展に伴い、将来更に色々な形態の新規ビジネスが創

出されても、その芽を摘むことのないよう、柔軟に対応できる法律の書き方にして(いわゆる「柔軟な権利制限規定」の整備)、個別具体的な議論は立法から司法(裁判)の場に解決を委ねる考え方が部分的に取り入れられました。米国でフェアユースと呼ばれる法理の日本版とも呼ばれています。続いて令和2年及び3年も引き続きインターネット上の海賊版対策、著作物利用の円滑性と利便性を高めるよう改正が行われています。

次にIIの実務上の現状ですが、技術革新やビジネス手法の進展は法律の改正よりも早く、使用態様の現状に合わせて調整ルールが必要になります。契即時性と柔軟性の高いルール作りの一つに「**利用規約**」が存在します。随時改訂されるものであり、業務上使用するアプリやソフトウェア、サービス等の利用規約の最新情報を確認しましょう。IIIの国民生活の現状では、軽微な使用で著作権者の利益をさほど害さず、社会に重大な影響を及ぼさない範囲であれば、黙認され看過されていますが、これがビジネスに移行するとそうした状態が崩れIIになりますから、無許可利用はいつ権利行使を受けてもおかしくはありません。例えば二次創作界隈ではエチケットが存在し、いわば「著作権者との阿吽の呼吸で成り立っている」というのが現状です。ちなみに、著作権侵害の罪は重く、それ以上にダメージが大きいのは社会的信用です。SNSでの発信では個人アカウントの気分で企業アカウントを運営しないようにして下さい。公私の切り分けやプロとアマ市場の線引きが大事です。また、法律の専門家によれば必ずしも違法とは判断できない事案でも、市民感情から忌避されることは往々にしてあります。例えば佐野研二郎氏デザインの五輪エンブレムの炎上は、別件であるサントリーのキャンペーンデザインでの著作権侵害への心証が飛び火して同氏の評価に影響を与えました。このように立場により異なる柔軟な対応が求められることに加え、追い打ちをかけるようですが、以下も著作権の扱いが難しいと感じる要因だと思います。①著作権の対象と範囲がわかりづらい。素人然のものからアート分野から見ると異質な存在のコンピュータープログラムまで含み、どこまで著作権が及ぶのかわかりにくい。②同じような著作物にそれぞれ著作権が発生するのでわかりづらい(特許などの産業財産権は「一発明一特許の

原則」で一つに限定される)③著作権者とその意志、更に所在がわかりにくく、許可を取るにも頓挫するケースがあります(孤児著作物問題と言われています)。芸名やペンネーム、無記名もあり誰が著作者や権利者なのかわかりにくく、更に著作権を主張しない人も強く主張する人もいるなど扱いは様々です²⁾。この様に、著作権への接し方については、その複雑さに気が重くなり、戸惑う方が多いのだと思います。最も、知財法の大家である中山信弘先生が、「著作権法界の混迷は深まるばかりであり、『著作権法の憂鬱』は一向に晴れる気配すら見えない」³⁾と表現されるほどで、皆さんが「著作権はよくわからない」という印象を持たれるのも当然です。今回、このモヤモヤとした著作権を掴んでいくために、まずは「**著作権法の性質**」を理解して頂くことから始めようと思います。

3. 著作権法の性質を理解する

3.1 著作権のはじまり

著作権は「**支分権の束**」と呼ばれています(図3)。これは著作物に対して様々な権利が作られてきたため、それらの権利をまとめて著作権と称しています。著作権のはじまりは、**著作権=コピーライト**(copyright)が示すように「複製権」から端を発しました。修道院での手稿から離れ、印刷業者の技術革新により商業出版が盛んになると、国家と出版業者の利益をコントロールする手段に用いられました。当時の海賊版ぶりも酷いものでした(現在の海賊版問題はコラムへ)。従って著作権のはじまりは「著作者の権利を守る」という意味合いがあるものではありませんでした。そう考えると、現在は著作者や、著作者だけでなく実演家(俳優や歌手、ダンサーなど)を守る著作隣接権⁴⁾という権利が生まれ、そして技術の進展により創出された表現手法により、写真、映画、ゲームソフトなど様々な著作物が保護対象となった今、法構成の複雑さは、権利が勝ち取られ調整されてきた歴史の痕跡と言えます。そう思うと少し興味が湧いてきませんか？

3.2 著作物とは

さて、まず著作権で最初に検討すべきことは、そもそも、対象が「**著作物**」であるか否かの判断です。「著作物に該当しないものは著作権法の対象外」なので、あれこれ著作権について考えなくて済みます。また皆さんもご存知のように「権利期間終了後」(パブリックドメイン、公共に帰したもの)も自由に使えるようになります。著作権の保護期間は、原則として著作者の生存年間及びその死後70年間です(5)に詳細)(50年と記憶している方は改正で延長になりましたのでご注意下さい)、この二点を最初の判断にお使い下さい。ではその「著作物」とはなんのでしょうか。以下が法律上の定義です。「**思想又は感情を創作的に表現**」という部分は重要なので、この際、憶えてしまいましょう。

コラム [利用規約の例] 確認する癖をつけよう！

いらすとや ~フリーという言葉に注意!~

以前、「新入社員の作成したプレゼン資料に『いらすとや』の素材が大量に使われていた」ことがTwitterで話題になりました。同ホームページの「ご利用について」には、21点以上使った商用デザインは有償対応との記載があるのですが、「世間的には全然知られていないのでは」、「利用規約を読むことが大切だ」という意見が出ました。『いらすとや』に限らず、多くの「**フリー素材**」の「**フリー**」は「**無料**」で「**自由**」に使えるという意味ではなく、**利用規約に従えば「自由」に使える**という意味を指すと言えます。

任天堂と著作権 ~人気コンテンツを使いたい!~

任天堂の著作物を動画や静止画等で共有サイトに投稿する(ゲームの実況中継を含む)行為について、「ネットワークサービスにおける任天堂の著作物の利用に関するガイドライン」(2018年11月29日 同社HP)が設けられ、ファンの想いに寄り添っています。また収益化を目指す場合のシステムも提供されています。同ガイドラインに従う範囲では著作権侵害の主張をしないとされています。

YouTubeと著作権 ~「歌ってみた」を合法に~

YouTubeのHP上に「著作権と著作権管理」の項目が設けられ、著作権侵害に対する異議申立ての手続きについても説明されています。ちなみに、「歌ってみた」という様な動画を上げたい場合、例えば日本最大級の音楽の著作権管理団体であるJASRACの「動画投稿(共有)サービスでの音楽利用」サイト¹⁾にあるフローチャートで手順を確認してみましょう。次に利用したい楽曲の著作権をJASRACが管理しており、上げたい先が「JASRACが利用許諾契約をしているUGCサービスの一覧(同サイトにリンクあり)」にあれば、一般ユーザーはJASRACへの利用許諾手続を経ることなく上げることができ、YouTubeはその一覧に入っています(他にニコニコ動画、Instagram、TikTok等も)。ちなみにUGC(User-Generated Contents)とは動画投稿・共有サイトやブログサービスのことです。

第2条(定義)

著作物 思想又は感情を創作的に表現したものである、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいう。

この定義により、単なるデータや事実そのものであったり、動物やAIが創作したりしたものは、思想又は感情を創作的に表現したものに当たらず、著作物ではないので著作権はありません（しかしAIと人の創作物には区別がつかないものも多いので、実質上判断は難しくなります）。他に実用的である家具、建築物、書体（タイプフェイス）には著作権が認められにくく（例外⁶⁾）。また書籍のタイトルやキャッチフレーズも短い文字数の場合は創作的な表現に達しづらく、著作権が認められにくい（例外⁷⁾）。一般に「ありふれている表現」は「創作的に表現」されていないと裁判で判断される傾向にあります。もし、そうしたものの全てに著作権を認めて使用を制限することになれば、社会の混乱を招くでしょう。このような傾向を大まかに把握しつつ、事業に影響を与えるようなケースについて判断を要する場合は、弁護士に相談し慎重に見極めをして下さい。

3.3 他の知的財産権（産業財産権）との違い

1) 法目的の違い

著作権法について理解するには、他の知的財産権との違いを見るとその性質が際立ち理解に役立ちます。同時に知的財産権の全貌も掴みやすくなり一石二鳥です。違いは「目的」と「権利の発生」の2つが理解出来ればOKです。知的財産権法である、**特許法・実用新案法・商標法・意匠法の四法は産業財産権**と呼ばれ、**経産省の外局である「特許庁」**が管轄しています。産業財産権と呼ばれる所以に、条文の第一条に「**産業発達に寄与することを目的とする**」と掲げられています。一方で**著作権は「文科省」**の管轄で、著作権法の第一条は「**文化の発展に寄与することを目的とする**」とあり、法目的（目指している方向性）に違いがあります。つまり、産業という業（ビジネス）ではなく文化となると、壮大な話になってくるのです。そのためアマチュア（文化の次の担い手になる）からプロによるものまで含まれ、またジャンルも表現形式も数えきれないほどになってきています。音表現、絵画表現、文章表現、動画表現、身体表現（パフォーマンスアート）によるもののみならず、議論の末にコンピュータープログラムも入りました。産業発展というビジネス視点からの整理であれば、初期投資資金回収としての排他的権利行使に正当性が出てきますが、文化発展となれば非営利も含み必ずしも権利を主張しないケースがあり、また万人が使えるようにすべきだという力学が働くので、特定の人や企業が排他的権利を行使することに激しい反対の声も起こります。このあたりの感覚も、著作権を産業発展のツールとも見立て、現代さらに進展しつつあるビジネス手法に活用していこうとすると、産業財産権の保護手法と比較して、著作権の扱いには難しい面が相当残っています。しかし、許諾手続きを取らない違法サイトのボリュームに押されて、コンテンツは無料で見るものという思想が蔓延するとコンテンツ産業の健

全な成長が削られ、将来の文化の担い手がやせ細り、法目的にも反していくことになります。他の知的財産権と並び、オリジナリティという創造性が保護され、クリエイターへ適切に対価が還元され生活を支える権利になるように、取り組むべき課題が山積しています。

2) 著作権は登録不要で権利が発生する

次に、手続き面から言うと特許権をはじめとする産業財産権は特許庁に出願し、厳正なる審査によって一定の水準を満たす事が認められ、それを登録することで唯一の権利が発生します（特許も商標も意匠も同じ）。これを**登録主義**と呼んでいます。一方で著作権は何らの手続きも要らずに創作された瞬間に権利が発生します。これを**無方式主義**と呼びます。そのため、特許権などと違い権利者が公示されませんし、許諾を求める相手を探し出せず著作物が利用できないという問題（孤児著作物（Orphan works）問題）が、著作権の保護期間延長により更に深刻化しています。また一定以上の水準を有する著作物に権利が与えられるというものでなく、著作物であればプロアマ問わず幼児の描いた画でも著作権が発生しますし、同じ著作物に見えても、パクリでなければ、それぞれ権利が発生します。更には著作物をパクって創作された著作物（二次的著作物といえます）にも権利が発生します。またこのパクリ判断も一般の感覚は大まかなので、専門家による諸状況を踏まえての比較検討では結論が異なる場合があります。ここが世間での炎上視点と違法かどうかの視点がずれる所以ともなります。以上見てきたように、著作権の発生はお手軽に見える反面、渾沌状態が簡単に発生する扱いづらい権利と言えます。

4. 著作権の種類は大きくわけて2つ

著作権の権利は、大きく分けると2つです（図1）。「**著作人人格権**」と「**著作権（財産権）**」です。重要なので覚えてしまいましょう。後者の「著作権（財産権）」は他人に譲渡可能ですが、前者の「著作人人格権」は他人に譲渡することが出来ません。そのため著作権の取引では、「著作人人格権を行使しない」ことを契約書に盛り込むことが多いです。これは著作権を譲り受けた後に、著作者から著作人人格権を行使されて、実質的には著作物が使用できない状況が起きることを回避する意味合いがあります。一方で著作者の方も、例えばクリエイターであれば自身のポートフォリオに著作物を掲載したいという要望が多いですから、契約書の文面で調整することも行われています。

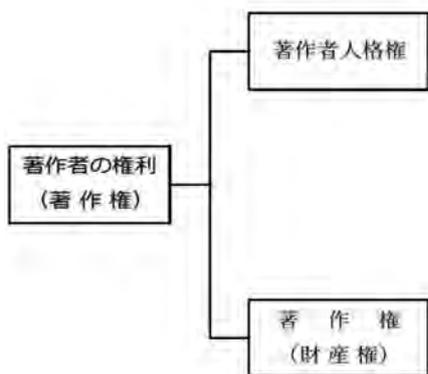


図1 著作権の種類は大きくわけて2つ

4.1 著作人格権(第18条～第20条)

さて、この著作人格権(図2)には3つの権利が含まれています。いよいよ著作権の本丸に近づいてきました。「公表権」、「氏名表示権」、「同一性保持権」です。

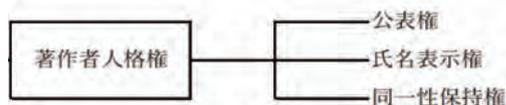


図2 著作人格権

1) 公表権(第18条)～著作権者の意志で公表決定～

未公表の著作物を公表するかどうか等を決める権利です。

2) 氏名表示権(第19条)～SNSに潜むリスク～

著作物に著作者名を出すかどうか、出す場合の名義をどうするか、例えば実名表記やペンネーム表記等を決める権利です。近年、SNSと著作物の関係で「リツイート事件」が話題になりました。概略を述べると、写真家の撮影した写真が無断でTwitterに投稿(ツイート)され、それがリツイートされたのですが、Twitterの仕様により自動的に写真がトリミングされ、写真に記されていた写真家の氏名が欠落した形で表示されました。それが「氏名表示権」の侵害に当たる、と判示された事件です。「Twitter社の仕様なのにリツイートした人に酷だ」という意見があり、しかし「出版や他のネット投稿に比べてTwitterなら著作権侵害に配慮しなくて良いという理由にはならない」という意見や、「出所がはっきりせず無断掲載のおそれがある画像を含む元ツイートをリツイートする場合には、氏名表示権の侵害になる」ということ等の意見が述べられました(尚本件は、特殊な事情も考慮すべき事件で、一般論化は難しいです)。一般論としては「氏名表示に留意」(出典元の記載なしでは後述の「引用」にもあたりません)、「権利関係が不明な画像は避ける」「使う場合は権利処理を行う」ことが実務上求められます。尚、「権利処理」とは、著作権者の許諾を得たり、ライセンスを購入したり、利用規約があればその範囲内での使用を行うことを指します。

3) 同一性保持権(第20条)～頻出の権利!～

同一性保持権とは、著作者の意に反する内容等の改変を受けないとする権利です。上記の事件では、リツイートにより自動トリミングで画像が勝手に改変されたとして、「同一性保持権」の侵害も認定されました。他に、雑誌掲載のために著作権者に許諾を取らずに句読点等を変えたことが、「同一性保持権」の侵害に当たると認定された事件も存在します⁸⁾。なお二次創作、パロディ、オマージュも改変ですし、パロディは特に著作者の意に反する改変が行われるのが常で、パロディが容認された判決はまだ出ていません。後述する「翻訳権・翻案権」も絡んで頻出の権利です。

4.2 SNS時代に考える著作権

先ほど「著作権は支分権の束」と呼ばれ、沢山の権利があると説明しました。図で示すと以下ようになります。「著作権(財産権)」の方には沢山の権利がありますので、SNS時代に特に頻出なものに絞って解説します。以下の図にある「複製権」、「公衆送信権」、「翻訳権・翻案権等」です。

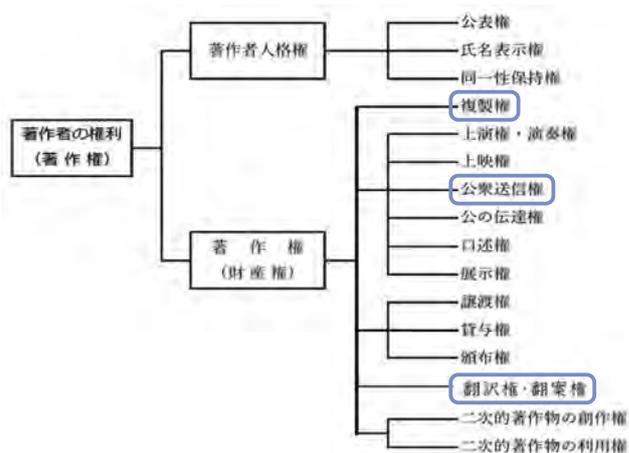


図3 著作権は支分権の束

1) 複製権(第21条)

著作権のはじまりに出てきましたが、現在では著作物の印刷、模写のみならず、録音、録画、データを取り込む行為も複製行為になります。複製権と以下の翻案権は、パクリ・盗作問題で頻出する権利です。

2) 翻訳権・翻案権等(第27条)

翻案と複製の区別は、翻案は創作的要素が加わったものと言えますが、実際は同一性の範囲をどこまでと捉えるかは難しいです。パクリ問題では、著作権法上「誰かの真似ではないオリジナル作品」ならば問題はないのですが、真似かどうかは本人の胸の内にあり(法律界限では「依拠」という言葉を使います)、下手(?)ならば真似たことにならないので、著作物の「類似性」が問題となってきます。この判断は丁寧に扱うべき事項であり、頁の都合上また別の機会に解説します⁹⁾。しかし、著作権法上の論理構成が

全ての免罪符になるわけではありません。モラルや敬意に欠ける行為は炎上を招き易く、結果として作品や事業の実施や継続に深刻な影響を与えます。他作品等のトレース発覚による末次由紀氏のコミックス全巻絶版、北条裕子氏の芥川賞候補「楽しい顔」など枚挙にいとまがありません。

3) 公衆送信権 (第23条)

公衆送信権は、テレビ放送だけでなくインターネット等で著作物を公衆に向けて送信することを権利のため、SNS全盛時代には頻出の権利です。

5. 例外的に著作物が自由に使える場合

5.1 制限規定 (第30条～第47条の8)

以上、駆け足で幾つかの権利をみてきましたが、社会状況からみて公正で円滑な著作物の利用が妨げられると不適切な結果を招くとして、一定のケースでは、著作権を部分的に制限して「自由利用」を認めています。「**制限規定**」と呼ばれており、使用頻度が高いゆえに誤解の多いものを中心に、幾つか解説を加えます。尚、著作者人格権は制限されないことに注意して下さい。

コラム インターネット上の海賊対策

海賊マンガサイト「漫画村」では約3,200億円(当時のCODA調べ)、その後更に被害が拡大し、同様な違法サイトでの試算可能なタダ読み金額は約1兆19億円(2021年一般社団法人ABJ報告)とされ、現在係争中です¹¹⁾。日本最大級のリーチサイト「はるか夢の址」の被害は摘発までの1年間で約731億円の被害と言われています。しかし依然として出版広報センターが把握しているだけで500以上あり、アクセス数上位10サイトだけで月間6,500万人が利用(このうち7サイトがダウンロード型海賊版サイト)、という報告が出ています¹²⁾。そこで、リーチサイト対策(施行日:令和2年10月1日)、侵害コンテンツのダウンロード違法化(施行日:令和3年1月1日)が講じられました。読んだ人(有罪では2年以下の懲役・200万以下の罰金)広告を出稿した者も法的責任が問われる方向です。被害を受けた方の対抗手段は、文化庁HP「インターネット上の海賊版による著作権侵害対策情報ポータルサイト」¹³⁾に詳しい手法が掲載されているので、ご利用下さい。尚、法的措置に踏み切る場合は、弁護士にご相談することを勧めます。不用意な行動を取った場合には逆に法的リスクになり、また削除申請は申立人の情報がそのまま海賊業者に開示される事が多く、代理人を立てる事が行われます。

1) 私的使用のための複製 (第30条)

仕事目的ではなく家庭内で自ら行う複製や翻案であれば、お目こぼしされる位置づけですが、会社、学校、SNSとなると影響が出てきますから適用外です。社会的影響の大きい自炊代行業者の複製やコピープロテクションを解除しての複製、違法ダウンロードと知った上での複製も適用外、また映画の盗撮も適用外です。なおビジネス目的では別の規定で、軽微な写り込み、著作権者に許可を取るための事前のキャラクター商品検討等、新産業創出に繋がる一定のAI開発やデータエンジニアリング等行為には配慮を加え、著作権者の利益を不当に害さない範囲内での制限規定が設けられています(第30条の2、30条の3、30条の4)。

2) 引用 (第32条)

「制限規定の王様」と呼ばれる便利な規定として、多くの著作物が無許諾で利用されており、公正な慣行、正当な範囲内であることが求められます。判例や学説に、①主従関係が明確、②引用の区別が明瞭、③引用に必要性がある、④出典が明記されている、の全てを満たす説があります¹⁰⁾。例えばある記事に写真家に無許諾で写真が掲載されているとして、その写真そのものの鑑賞に重きが置かれているようなケースであれば、その写真が「主」であり、記事は「従」と位置付けられ、引用とは認められません。

6. プログラム・AI・XR・NFT・メタバースと著作権

プログラムと著作権を実務面に絞ると、「ソフトウェア開発委託契約」がポイントになるので、IPAモデル契約書の参考資料を付します¹⁴⁾。次にAIですが、AIの創作物には著作物性がないと言いましたが、AIビジネスを行うのであれば、まず特許権での保護を考えてみて下さい。現在、XR(AR、VR)、NFT、メタバース周りと著作権についても様々な議論が始まっていますが、先に著作権の難しさを上げた通り、ビジネス紛争になった場合、特許権、商標権、意匠権の観点からの権利行使を勧めます。この点、連載の該当回で触れたいと思います。

7. 著作権侵害の罰と措置について

著作権侵害には様々あることを見てきましたが、著作権侵害とみなされる行為も存在し、類型に応じて様々です(今回割愛します)。図4にある様に刑罰は重く、まず「親告罪」と「非親告罪」があり、親告罪は著作権者からの告訴がなければ刑事責任を問えませんが、非親告罪では告訴なしに検察が自由に訴追できます。ちなみに氏名表示権の存在が念頭にない投稿がTwitterで行われていますが非親告罪です。尚、一時期TPP締結に伴い二次創作の非親告

罪化が懸念されましたが限定的にとどまり、海賊版に焦点が当てられています。

「刑事」の対抗措置	「民事」の対抗措置
【個人】 10年以下の懲役 又は 1000万円以下の罰金 ※あるいはその併科 【法人】 3億円以下の罰金	① 差止請求（第112条） ② 損害賠償請求（民法） ③ 不当利得返還請求（民法） ④ 名誉回復等措置請求（第115条等）

図4 出典 令和4年度著作権テキスト 文化庁

8. 著作権周りで問題となってくる法律・権利など

著作権周りでは、他の権利も関係する事を念頭に（例えば「ウェブサイト利用規約」を作る際等）、法務全般を弁護士、知的財産権を弁理士（両者はタグを組んで支援に当たります）に相談する等、事業リスクに備えて下さい。

商品・サービスに関する知的財産権：特許権、実用新案権、商標権、意匠権、不正競争防止法等の確認（尚、商品化権に明文規定はない）

人格的利益に関する権利（明文規定はない）：肖像権、パブリシティ権、プライバシー権への配慮

ネット流通事業に関する法律（一部）：プロバイダ責任制限法、個人情報保護法等の取扱い

9. まとめ

今回、著作権法について、とりわけSNS時代に身に着けておくべき著作権周りの知識について、法律面・実務面・生活面から簡単に解説させて頂きました。読み易さを優先した結果、法律用語をあまり使わずに大まかな解説にしています。実践と学習を深めたい方のために参考リストを付します。ぜひご活用下さい。



profile

大樹七海 弁理士・作家（雅号）

<https://note.com/ookinami/>
 政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人（理化学研究所、産業技術総合研究所）にて半導体・創薬研究開発・国際業務を経て弁理士。主著『世界の知的財産権』（経済産業調査会）、『弁理士にお任せあれ』（発明推進協会）、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』（マスタールック）、内閣府知財教育選定書『マンガでわかる規格と標準化』（日本規格協会）他。

補足解説、参考資料および学習に役立つ情報

- 1) JASRAC 動画投稿（共有）サービスでの音楽利用
<https://www.jasrac.or.jp/info/network/pickup/movie.html>
- 2) 著作者の意志表示の一つにクリエイティブコモンズの「CCライセンス」表示法の活用が考えられます。クリエイティブ・コモンズ・ライセンスとは：
<https://creativecommons.jp/licenses/>
- 3) 中山信弘, 著作権法 第3版, 有斐閣, 2020.9.4, はしがきより。著作権法の体系書です。また、田村善之, 秋山卓也, 高部真規子, 中山信弘, 成原慧, 福井健策による「著作権法50年を振り返って」論究ジュリスト34号4~29頁, 2020年からも著作権法の感慨深い経緯をお読み頂けると幸いです。
- 4) 著作隣接権は著作物の創作者ではありませんが、著作物の伝達に重要な役割を果たしている実演家, レコード製作者, 放送事業者, 有線放送事業者に認められた権利です。
- 5) 著作者の権利の発生及び保護期間, 文化庁
<https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/seidokaisetsu/gaiyo/hogokikan.html>
- 6) 幼児用椅子 TRIPP TRAPP 事件 (知財高裁 H27.4.14), 装飾文字の趣と華事件 (大阪地裁 H11.9.21)
- 7) 交通安全スローガン事件 (東京高裁 H13.10.30)
- 8) 法政大学懸賞論文事件 (東京高裁 H3.12.19)
- 9) 複製権：「ワン・レイニー・ナイト・イン・トーキョー」事件 (最高裁 S53.9.7) では「既存の著作物に依拠し、その内容及び形式を覚知させるに足りるものを複製すること」と示され、・翻案権：「江差追分事件」(最高裁 H13.6.28) では以下の2要件が示されています。
 「(1) 既存の著作物に依拠し、(2) かつその表現上の本質的な特徴の同一性を維持しつつ、具体的表現に修正、増減、変更等を加えて、新たに思想又は感情を創作的に表現することにより、これに接する者が既存の著作物の表現上の本質的な特徴を直接感得することのできる別の著作物を創作する行為をいう。」
 尚、同問題を扱う最近の書籍に以下があります。
 上野達弘, 前田哲男, 〈ケース研究〉著作物の類似性判断: ビジュアルアート編, 勁草書房, 2021.7.15
- 10) パロディ・モニタージュ写真事件 (最高裁 S61.5.30)、藤田嗣治絵画事件 (東京地裁 S59.8.31)
- 11) KADOKAWA、集英社、小学館の3社が「漫画村」運営者に対し総額19億2960万2532円（推定損害額の一部）の賠償を求め2022年7月28日に東京地方裁判所に共同提訴。
- 12) 文化庁, 令和2年通常国会 著作権法改正について「著作権法及びプログラムの著作物に係る登録の特例に関する法律の一部を改正する法律 御説明資料」
- 13) 2022.6.1に文化庁HPに公開されました。初めての削除要請ガイドブックや著作権侵害（海賊版）対策ハンドブック等入手することができます。インターネット上の海賊版による著作権侵害対策情報ポータルサイト, 文化庁
<https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/kaizoku/handbook.html>
- 14) IPA 独立行政法人情報処理推進機構, 「情報システム・モデル取引・契約書」第二版, 最終更新2021.5.10の第45条に「著作権の帰属」があります。
<https://www.ipa.go.jp/ikc/reports/20201222.html>

～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.3

商標権の理解が深まるとビジネスを強化できる!

1. はじめに：ビジネス上、必須の知識 「商標権」

さて、第三回の今回は「商標権」です。次回と二回続きます。第一回から「全体像」、「著作権」、そして「商標権」の流れは知的財産権の中でも身近で、かつ社会的関心の高いテーマを意識しての順番です。

さて、商標権は「商売の“商”」&「標識の“標”」という漢字が示す通り、「商売(事業)の標識(マーク)に関する権利」となります。つまり、「何について商売(事業)なのか」、「それにどのようなマークを使うのか」、この2つの視点が重要である、と覚えて下さい。簡単に言えば、貴方が、この2点を国(特許庁)に適切に説明し、それで問題なし、と許可が下りれば、商標権を取得することができます。そして、商標権者となった貴方だけが、その商標権による事業を導くことが出来るようになります。ビジネスを行う上で、**商標権の知識は必須**といえるでしょう。なぜ必須なのか、商標権とはどういうもので、どの様に扱うと良いのか、今回は理解に重点を置き、わかりにくい法律専門用語はあまり使わず、普通にわかるキーワードで心にフック(ひっかかり)を作ることを目的とします。このフックがあるかないかで、将来的に事業の運営の仕方が大きく変わってきます。やることの意味や重要性を感じていなければ、法律は無味乾燥で、あまり頭に記憶が残らないからです。

2. 本気の商品作りには、 本気の知的財産権作りを!

昔、生キャラメルで有名な花畑牧場を経営されているタレントの田中義剛さんが、新商品を販売したところ商標権侵害だと訴えられて、億のお金が余計にかかってしまった、という手痛い経験を正直に話されていました。なかなか失敗談というのは話しにくいものです。「先に商標登録されていたのを知らなかった」、「よく使われているのだから、まさか問題があるとは思わなかった」、というのは皆さんが良く仰る言葉です。むしろ商いに慣れ、上手くいき

始めたと思う頃が危ない時期に入ると感じます。

逆に商標権で自社ブランドを守った例として、皆さんも街で見かけていると思われる Anello® (株式会社キャロットカンパニー) のリュック、こちらの商品がECサイトで人気第1位になった2週間後にはもうECサイトに模倣品が出回り始めたそうです。急ぎ商標登録出願をし、商標登録をもってして(先取り出願あると厄介ですが)、楽天、ヤフー、アマゾン、メルカリ等、様々なECサイトに対して模倣品の連絡・削除依頼を続けられました。また、商標権により税関に輸入差止申立てを行って、模倣品の輸入を水際で阻止出来たそうです。さらに商標権により模倣品販売業者に訴訟も行い、差止・商品廃棄・損害賠償を勝ち取られました。こうした一連の自社ブランドの爆発的ヒットと商標権活用による模倣品と戦いの体験から、今はブランド作りから商品展開を考える様になられたそうです(特許庁 事例から学ぶ商標活用ガイド)。

同じくカバンのカテゴリで、著名なブランドであるルイ・ヴィトンのお話をしましょう。優秀なトランク職人であったルイ・ヴィトン氏とその息子ジョルジュ氏は、まだ知的財産権の概念が世の中に希薄であった頃に、いち早くカバンに付けるダミエ柄、続いてモノグラム柄での商標権取得に目を付けました(日本の家紋にインスパイアされたデザインとも言われています)。それにより粗悪な模倣品を排除し、尚且つ、目立つマークは識別力を発揮し、彼らの手掛ける高品質なトランクは独自の創り手によるものと人々の記憶に刻まれ続けました。同社は2023年開始早々の1月3日の日経、朝日、読売の各種新聞紙面に大規模な広告(見開き2～4ページ、商品広告なしのアート性の高いデザイン)を出しました。多くの方々に強いインパクトを与え、世界屈指のブランド王者としてブランドイメージの強化をし続けられています。ルイ・ヴィトン社の設立は1854年ですが、**商標権の凄さは、望めば永続的に権利を更新して存続できるところです**(特許権は20年、著作権は70年。なお各国により保護期間にはバラつきがあります)。これをして、「経営者として商標権を重視しないはずがないだろう」という経営者の方もおられます。

私は様々な分野の方々と交流がありますが、中小・零細

企業、個人事業主の方もSNSの発信等で、時流に乗って一気にブレイクすることがあり、TVやメディア等に取り上げられる、ということもそう珍しくないと感じています。その時に自信と誇りをもって売り出した商品やサービスが、多くの方の目に留まって頂くようになるのは大変嬉しいことですが、同時に、**同業者(ライバル)や商標権者、模倣企業、時には悪質な商標ゴロ(ゴロツキの略)の目にも留まり、狙われる率も一気に高まる**、ということも覚えておいてください。商品やサービスの内容作りに神経が行き、そちらに夢中になっていて、ワクワクしている所だと思いますが、**その活動を全てストップさせる、足をすくわれる、酷い場合にはその労力を乗っ取ることが可能な最悪の手段が、あまり今まで注意を払っていなかった「知的財産権」という権利書面にある、ということ**を頭の隅に置いておいて欲しいと思っています。商標権を活用することで、日本から世界へ、末永く繁栄していくブランドを築かれて欲しいと願っています。

覚えておくこと：三点セット

<新商品・宣伝・知財*>

この3つは常にセットで思い浮かぶ心のフックを。

社内でみんなが忘れていたら「うちの**自慢の新商品**、大々的に**宣伝**する前に、**商標**どうしてる？」と聞いてあげましょう(※知財⇒商標以外の特許・実用新案・意匠については今後の連載で)。

3. 商標権のギモン

3.1 登録商標は言い換えが必要？

「よく使われている言葉だから、まさか問題があるとは思わなかった」、という商標の典型的な問題について、まず解説を加えておきます。登録商標だったの？と驚かれるものとして、「記者ハンドブック」²⁾でも取り上げられている言葉を一部ご紹介します。「記者ハンドブック」は、プロの文章制作に関わる、記者、編集者、広告ライター、書籍制作に携わる方々に普及しています。同書では登録商標の記載に対する配慮がなされており、一般的な名称への言い換えである、「登録商標と言い換え」の項目が設けられています。ちなみに「登録商標を会話や文章内で使って大丈夫でしょうか？」という質問もよく頂きます。カンタンな判断として、商標権は「**商売の標識(マーク)に関する権利**」なので、**商標権者の「その商売の分野」で「同様のマーク」を使用するのはNG**だという話になります。その商売とは切り離されて、「言葉」として使う分にはOKです。**商標権は、言葉そのものを独占する権利ではありません。**

3.2 登録商標と知らずに問題に

表 登録商標と言い換え例

登録商標	言い換え例
ウォシュレット	温水洗浄便座
エアロバイク	自転車型トレーニング機
シーチキン	ツナ缶
宅急便	宅配便
タッパ	食品保存容器
タバスコ	ペッパーソース
ワンカップ	カップ酒

では問題となったケースを見てみましょう。営利目的ではない自治体の事業でも商標権侵害に問われるの？という視点から事例をご紹介します。以前、神奈川県藤沢市、京都府宇治市など4つの自治体が市内の公民館等でボクシングを取り入れたエクササイズの教室を開催しました。その際、「ボクササイズ」と銘打って教室を開催し、市の公報で宣伝をしてチラシを配布しました。しかし、「ボクササイズ」は、まさにその「ボクシングを取り入れたエクササイズ」を提唱し、そのために「ボクササイズ」という造語を考え、その事業のために商標権を取得し、その登録商標の元に長年ビジネスをされてきたジム経営者の方の登録商標に当たりました。自治体は、「登録商標とは知らなかった」のだと思いますが、和解金や賠償金を支払うことになりました。ちなみに**広報担当者の方にも覚えておいて欲しいのは、「その事業の登録商標かもしれない」という心のフックです。事業紹介の最終的なリリース段階において、「最後の砦」として商標権侵害を回避するナイスリリーフ**が出来るようになります。

4. 商標法とはどのような法律なのか？

ここで、あらためて商標法とは、何を守るために作られている法律なのか、その性質の理解を深めましょう。

(1) 商いの信用を守る法律

商標法は、「**商いの信用**」を守る法律です。「信用(信頼)」と言われても、見えないものですから、この見えないものをどう守ればよいのでしょうか。そこで、「**その企業である**」とか、「**その企業*の製品やサービスである**」という「**マーク(目印となるもの)**」にお墨付きや認証のようなものを国が与えることで、「その商いの信用」を保護する、という手法を取ることにしました。(※企業だけでなく、民法上の人(自然人)や法人であればOKです)そのための決まり事を定めたものが、「**商標法**」です。

5. 商標を価値あるものに育てる

登録商標が、その商いに繰り返し適切に使われることで、「**あ！あそこものね**」(良い商品だった、良いサービ

スだった) という記憶、信用がそのマークを目印に蓄積されていくことを、専門的には、「信用が化体する」と呼びます。信用という目に見えないものがマークを化身(媒体)に表されていくと考えているのです。ですから、「**どんどん登録商標を使って、どんどん信用をそのマークに貯めていく**」ことが求められます。つまり**使われる頻度が高く、使用期間が長く、適切な使い方をされている商標ほど、良い信頼が溜まっているので、そのマークに力が宿り、高い価値を有する商標**になっていきます。そうした商標は、顧客と対面する最前線を務める「**顔**」であり、大変重要な意味を持ち得ます。以下に、「**覚えておくこと**」をボックスに書きました。大きく育った暁には**企業名に変わる日**がくるかもしれません、**商標は育てることで変化していくこと**、そして**信用の高まった商標には、高額なライセンス収入もしくは支払い費用も発生していくこと**も併せてコラムでお読み頂ければと思います。

覚えておくこと：商標をどんどん使い名を上げる！

商標を取るのなら、「**自己の商売のマーク**」として、**どんどん使って下さい**。どこかにこのマークを使うところはないだろうか？ そのような視点で、物事を、製品を、サービスを、広告を、見てみて下さい。
(裏を返せば、「**他人の商売のもの**」「**誰のかわからないもの**」として使われないように対策を講じる必要があります。次号解説します。)

商標の育て方：～使い方のバリエーションを知る～

<商標の使い方の具体例> いくつ思い着く？

例えば、容器・包装・商品に付す、商品に刻印する、商品タグに付す、サービスで使うものに付す(タクシーなら車、喫茶店なら食器等)、画面に表示されるようプログラミングする、新聞・看板・パンフレット広告に付す、注文書・請求書・納品書・受領書・契約書に付す、商品や包装を商標の形にする、音の商標の場合は起動音にする、等が考えられます。法(商標法2条3項)に定義された重要な使い方です。

6. 商標権と商号の違い

商号の使用が商標権の侵害になることもあります。商号と商標権の違いとして、商標権は全国で1つしか認められない独占的な権利ですが、商号の方は複数存在することが可能であるためです。

表 商標権と商号の違い

	商標	商号
管轄	特許庁	法務局
法律	商標法	商法・会社法・商業登記法
性質	商品・サービスの識別標識	商人・会社の識別標識
権利	全国で1つ (独占的排他権)	同じ住所に1つ* (全国に複数存在可能)

出典：「弁理士にお任せあれ」大樹七海 P186

コラム 商品名が企業名へ

信用が化体した商品等の登録商標を、企業名に変える事も多く行われています。商標を考える時、いつか自社名になるかも？ また海外に向けては？ という発想も併せて、計画的に作りましょう！

<有名な例> ヒット商品を社名へ

- ・早川電機工業株式会社→シャープ株式会社
- ・松尾糧食工業株式会社→カルビー株式会社

<国内と国外のブランド一本化>

・松下電機産業は、広告宣伝が分散してしまっていたブランド力を強化するため、2008年に社名を「パナソニック」に変更しブランドの一本化を図り、国内ブランド「ナショナル」を廃止しました。苦渋の決断で巨額の費用と手間(300億)を要したそうです。

<近年の例> サービス名やジム名を社名へ

- ・NHN Japan株式会社→LINE株式会社
- ・健康コーポレーション株式会社→RIZAPグループ株式会社

コラム 時代によって変化していく商標

経営者の方や、またデザイナーの方にも知っておいて欲しいのは、商標は時代によって変化していくものである、ということです。これを予め理解しておく、最初から戦略的に商標のデザインを考えて、ビジネスの段階に応じて、「より強い商標に乗り換えていく」、「権利の範囲を拡大していく」ことができるようになります。

コラム 高額ともなる商標のお値段

Apple社は2012年、中国でiPadの商標権を訴訟の末、48億円の和解金を支払っても入手しました。

また、iPhoneですが、日本ではアイホン株式会社から先に商標権を取得しており、Apple社はライセンス料を払っているとされ、その額は年間1億円ほどとも推定されています。

スタバのロゴマーク

2011年にロゴから文字が消えました。文字要素を無くしたデザインのみでも企業を認知できると考えたのでしょう。コーヒー以外の多角化経営を強めています。(2012年に紅茶専門店買収)



旧デザイン(登録商標)



新デザイン

7. 商標権と著作権の関係

商標法はマークに化体された信用を守るための法律ですから、マーク自体の創作性を守る場合には、著作権で守ることになります。また同時に、他人が著作権を持つマークの場合は、登録商標として使用することはできません(商標法29条)。使用したい場合は、著作権処理(著作権を譲り受ける、ライセンスを受ける等)をしなければなりません。しかし、「使用できない」だけです。商標登録される可能性はあります。無断で自分のイラストを商標登録してしまった著作権者がその商標権を持ち得るとする規定はありません。そのため商標権者も著作権者も使えない両すくみ状態となります(この状態の解消手立てについては、次号以降の連載で書きます)。

表 商標権と著作権の違い

	商標権	著作権
管轄	特許庁	文化庁
法律	商標法	著作権法
権利発生	実体審査を経て登録査定・登録料納付により発生	創作した時点で発生
権利	全国で1つの権利(独占排他的権)	他者の著作物の真似ではなく、偶然似たものを創作した場合は、複数の権利が存在(相対的権利)
期間	設定登録から10年、更新により半永久	原則、著作者の死後70年

出典：「弁理士にお任せあれ」大樹七海 P108

8. 商標権を取得していないと、起きうるリスク

簡単なシミュレーションをしてみましょうか。事前に他人の登録商標を調査せずにマーク(ネーミングやロゴ等)を考えて、商品やサービスを売り出したところ、それが商

コラム キャラクター商標は著作権に注意!

以前、スイーツ好きの間で人気のあった、瓶入りのティラミス販売する企業(ここでは本家と呼ぶ)の「商品名」と猫の「キャラクター入りロゴ」が無断で他の企業(A社と呼ぶ)に商標出願され、一部登録されてしまいました。本家は商標出願をしておらず、そのため商品名を変えざるを得なくなる事態が発生しました*。



左：本家



右：A社

A社は他にも様々な企業の人気スイーツのネーミング等を無断で先取り出願して炎上しました(ティラミスヒーロー事件)。

この炎上により、勝手に自社の商品名を出願されていることに気付いた他の複数企業も慌てて商標対策を取り始めました。本家のファンはA社の行動に乗っ取り意図を感じて怒り、世間的にA社が追い詰められていく中、思いがけないことに今度は本家の猫のデザインがパクリだという指摘が作家から入りました。この著作権侵害疑惑から本家が作家に謝罪する事態に発展し、結果、商品名だけでなくデザインまでもが変更されました。パクリに憤慨し応援してきたファンは複雑な気持ちに…。この一件は、自身の知財も他社の知財も軽視していることを印象づけました。「商品やサービス作りには、知財の権利づくりも入る」ということです。「ファンを悲しませない、消費者を戸惑わせない為にも、知的財産権の取得にしっかり目配りを！」

※その後、本家が対抗措置を取り、A社の出願拒絶、権利の取消等の結果、本家が文字と猫入りロゴの二つについて商標権を取得しました。

商標侵害行為であるという警告書が来たとします。その警告書の内容が「マイッタ! 反論の余地なし」(相手の見当違いの場合もあるので、弁理士に相談の上で見極めましょう。)であれば、製造販売や宣伝等(いわゆる侵害行為)を止めないと、どんどん損害賠償金が加算します。ですからライセンスを受けないならば、直ちにマークを抹消する(剝がしたり、削ったり等)作業に入ることになりますが、そのマークが商品と一体不可分で取り除けない!となれば、商品自体の廃棄も視野に入ります。せっかくデザイナーさんや印刷会社、広告会社さん達に頼んで費用をかけて制作

されたカタログ、パンフレット、ポスター、パッケージやメディア向け関連情報等もちろん回収で辛いです。貴方は謝罪をし、一からまたやり直しです（逆に商標権者になっていれば、この様に相手の活動をやめさせたり、やめさせないで許諾ライセンスを与えて対価を得たり、あるいは無償でも、別の譲歩策を貰う等の交渉が出来る立場になります）。貴方は痛い思いをしたので、今度は早急に弁理士に調査依頼をして、代わりの商標をきちんと取ろう！と思ったとします。しかし商標登録というのは、お願いしたらすぐに貰えるという代物ではないのです。審査期間を考え（次号で審査の解説をします）、約半年から1年程度はかかります。ブランディングのやり直しになりますが、一刻を争うビジネス環境において、これほどの時流を逃すのは致命的だと言わざるを得ません。また、何より知財侵害を起こしますと、今後の信用問題に関わります。取引先に**模倣品取り扱い業者、知財に弱い（だらしのない）企業、信用できない企業**と認識されてしまいます。自社だけでなく、取引先に**迷惑を及ぼす行為**なのが問題です。大手取引先や信用重視の百貨店等の場合、商標登録をしていない製品は、リスク回避のために取り扱わない所もあります。

つまり、商標権というのは、ビジネスをするのであれば「知らなかった」で避けて通れません。そしてトラブルになった時の**時間的・金銭的な損失が大きく、場合によっては、金銭では決して埋め合わせ切れない損失を生じるもの**ともなります。また、**相手の登録商標が悪意によるもの**であれば、ビジネスの**乗っ取り**が起きる可能性もあります。

9. そもそも知的財産権は、「あとで」が通用しづらい。

「知的財産の保護は、あとでやる、というのに向いていない」という性質があるので、先読みの力が試されます。計画的に考えていくためにも、本質を理解していきましょう。第一回目で、「**知的財産＝情報**」と解説しましたが、お察しの通り、情報は出た瞬間に、制御不能になっていきますから、**公表前に、「どういう制限がある情報ですよ、こう扱って下さいね（そう扱わないと大変なことになるぞ!）」という意思表示を付して、知財（情報）を出すという姿勢でないと、価値の高い情報ほど勝手に扱われて、盗られやすい、というのは直観としても感じられるところ**だと思います。従って、「**出願中**」、「**出願済み**」は「**先手を打っているぞ、目を光らせているよ**」、という牽制球のサインです。権利が取れた後は、「**登録商標**」、「**®**」といった表示を見かけると思いますが、これは権利の意思表示であり、また登録取り消しや普通名称化を防ぐ行為です（商標73条、努力義務規定）。「**知的財産権**というのは、**自身の知財（情報）をこれからどのようにコントロールしていく**

かを自身で決めることの出来る権利」です。もし他人にその権利を取られてしまえば、主導できなくなるのです。

特許・実用新案・意匠は、最初に考えた人が公表前にそのアイデアを出願することで得られる権利なのですが、商標は最初に考えた人である必要も、そのアイデアを公表していないことも問題とされません。しかし**先に出願した人に与えられる権利**であるので、**基本的姿勢、「早い者勝ち」（先願主義と呼ぶ）**であることに変わりありません。この基本（大前提）を覆す、（つまり、自分で出願していないのに、先に他人に出願されたり、登録されてしまったりした商標を、自分のものだと主張したり、取り返したりする）には余程の事情があり、それを法律に沿って筋道を立てて立証し、適切な手段を講じていかなければ通りません。この手続きには普通に出願していればしないで済んだ**労力・費用・期間**を要します。そうならないために、**事業準備と同様に長期計画として、知財戦略**（これは応用になりますから連載の回を重ねた後半に）を組み込んでおくのです。**事業立ち上げ、新製品・サービス企画時のルーティンに組み込んでいくプロセスの一つと捉えて頂ければ**と思います。

10. 良い商標とは ~ブランドを作る~

商標は、「**商いの信用**」を守るとともに、「**需要者の利益を守る**」、という側面も持ち合わせています。以下に「**商標のはたらき（機能）**」に注目して、どのような商標が良くて、どのような商標が悪いのか、簡単に説明します。「**商標のはたらき**」(機能)としては、①**自他商品識別機能**（識別ができる）②**出所表示機能**（どこのものか分かる）③**品質・質保証機能**（同じものが手に入る）④**広告宣伝機能**（それをみると欲しくなる）があります。これらのはたらきが発揮されるような商標を考えて取得するのが良く、また取得後には、「**商標によく働いてもらう**」事で、まるで敏腕セールスパーソンがごとく商品やサービスの価値を高めてもらいます。逆に言えば、これらのはたらきが悪いもの、使い勝手の良くないものは、悪い商標に当たると言えます。識別力がないものは商標登録自体を受けることができませんし（審査項目については次回）、また一旦は登録を受けられたとしても、その後に権利を抹消させられる可能性もあります。また**広告宣伝力が弱いと商品・サービスの売りに繋がりにく**い。

商標のはたらき：以下が発揮される商標を考えよう！

- ①**自他商品識別機能**（識別ができる）
- ②**出所表示機能**（どこのものか分かる）
- ③**品質・質保証機能**（同じものが手に入る）
- ④**広告宣伝機能**（それをみると欲しくなる）

11. マーケティングとしての商標

「名は体をなす」という所でもあり、よく考えましょう。取れなかった場合に備え数候補ストックを。マーケティングは楽しんで行くと良い発想が出ます。**社内公募**は社員の士気も上がると好評です。ただ**外部公募**の場合は決めたものを発表した場合、悪意で先に出願されてしまう可能性がありますから、出願を済ませてから発表する順番になります。商標の審査では主に、「**外観・称呼・觀念**」で登録の可否が判断されます。外観で言えば、カタカナ、ひらがな、漢字、アルファベット、どれにするのが良いのか。それは需要者が子供か、大人か、女性か、男性か、など**対象に相応しい伝え方**で考える必要があります。(なにもネーミングだけではありません。ご存じロゴマークや、他に音や色なども。商標登録できるバリエーションは次回の解説で)。音感や意味もマーケティングに重要です。外観が異なっても聞こえ方が紛らわしいもの、脳内に残るイメージが似通って混同してしまうものは識別力が発揮できず、登録や登録後も苦勞する場合があります(次回、法解説)。

12. 商標独自のリスクを キーワードで覚えよう!

最後に、商標に関して、以下の重要なキーワードを覚えておきましょう。心にフックができると、危険察知感度が上がり知財力が向上します。次号では法解説を加えます。

重要な商標リスクのキーワード

- ・先取り商標
- ・悪意の商標出願
- ・乗っ取り
- ・フリーライド(ただ乗り)
- ・ダイリューション(希釈・きしゃく)
- ・ポリューション(汚染)
- ・普通名称化

・先取り商標

知名度が上がってきたマークを先んじて出願した商標。

・悪意の商標出願

先取り出願の中でも本家に高く売りつける目的や、代理店契約を強制する目的などの**不正目的**がある出願を指します。近年、商標出願増加で世界的な問題となっています。

・乗っ取り

先取り出願が登録となってしまう、本家が名称変更せざる負えなくなった結果、顧客や消費者の勘違いを利用して本家に成り済ました事業を行うことをいいます。

コラム ヒット商品を目指す

「事例から学ぶ商標活用ガイド(特許庁)」より岡本株式会社様の事例を紹介します。同社が特許も取得されている靴下のネーミング「三陰交をあたためるソックス」を、「まるでこたつソックス」というネーミングに変えたところ、売り上げが30倍以上に急増!シリーズ化されています。他社に商標出願を先越されないよう、**商標登録出願の社内決定プロセスを以前より短くし、スピード感をもって商標出願を行えるように**されているとのこと。

・フリーライド(ただ乗り)

商標権者が宣伝に労力・資金を費やして良いイメージを築いてきた価値ある登録商標を勝手に使って商売する、いわば他社の努力にただ乗りすることを指します。

・ダイリューション(希釈・きしゃく)

著明になった商標を適切に管理せずにフリーライド(ただ乗り)を放っておくと有象無象に使われる結果、商標の機能が低下し、どこの企業のマークなのか識別できなくなってしまう状況を指します。

・ポリューション(汚染)

著明になった商標を勝手なネガティブ・イメージ(ポルノ等の下品な営業、劣悪事業、攻撃的な政治話題、好ましくないパロディ等)で使われた結果、ブランドイメージが汚され、商標の価値が損なわれることをいいます。

・普通名称化

フリーライド、ダイリューションの末路です。既に商標の機能は失われ、一般的に使われる言葉となり、商標権を主張できなくなります。この事態を避けるために、適切な商標権管理が必要となります。

13. まとめ

「覚えておくこと」、「キーワード」を心のフックにして下さい。次号はいよいよ、いつ・どのように商標出願をすれば良いのか、法・手続き・テクニク面に入りましょう。



profile

大樹七海 弁理士・作家(雅号)

政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所、産業技術総合研究所)にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。著書「世界の知的財産権」(経済産業調査会)、「弁理士にお任せあれ」(発明推進協会)、「ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産」(マスターリンク)、内閣府知財教選定書「マンガでわかる規格と標準化」(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。



～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.4

価値ある商標権の取り方と活かし方を知らう!

1. 商標権の取り方と活かし方について

(1) はじめに

今回は、「商標をなぜ気にしないといけないのか」、「取るとどのようなメリットがあるのか」(あるいは、商標を気にしていないと、どのような落とし穴が待ち受けているのか)、という、つまるところ、「**商標権の取得に人員や予算を割くだけのメリットはなにか**」、について掘り下げました。そして、最大のポイントは、「**ただ取ればいい**」、ということではなく、「**商標を取ってからが本番**」であること、「**どんどん事業活動にその商標を使って、いかに価値ある事業＝商標に育てあげていくか**」、そのために、それができる商標を取る、「**ゴールから逆算した考え方**」で「**権利の形成**」に臨み、権利取得後は、その「**権利の価値を上げるための措置**」を取ることが肝要です。このために必要な一連の法律的な手段を解説します。

(2) 四段階レベルで準備・対応を理解する

以下の四段階レベルでどのような準備・対応をすればよいかイメージできるようになると、商標に強くなります。まず社内を出願方針を固め、特許庁へ出願・応答を行い、権利者となった後は商標権の維持と価値を高め、紛争が起きた場合には国や民間の救済措置を利用して事業を守る、という一連の流れを順に追って解説していきます。

四段階レベルでの準備・対応

- 2.1 社内レベル準備：出願方針を固める
- 2.2 特許庁レベル準備：特許庁へ出願・応答
- 2.3 権利者レベル準備：商標権維持と高価値化へ
- 2.4 紛争レベル準備：事業を守る攻防戦術

2. 四段階レベルの対応について

2.1 社内レベル準備：出願方針を固める

商標権とは前回の冒頭で、「**商売(事業)の標識(マーク)に関する権利**」とお伝えしました。つまり、「**商売(事業)**

と「**標識(マーク)**」というこの二つの視点から、権利の形成を考えます。これは「**事業計画と商標出願計画をすり合わせる**」ことに繋がります。出願方針を決めるに当たり、「**誰(が・と)、なんのために、どういうマークを、いつ、どのくらいの予算で、行うべきか**」を整理して、事業経営者、関連部署等と協同して進めていきましょう。

さて、「**誰(が・と)**」とは、出願するのは「**誰**」で、その出願作業は「**誰と**」行うのがベストかについてアドバイスしたいと思います。次に「**なんのために**」ですが、すなわち「**事業のために**」です。事業の内容を具体的に掘り下げていき、それらを最適な形で商標の権利にする重要性をお伝えします。続いて「**どういうマークを**」ですが、ブランド構築の観点から、商標のバリエーションとその選び方についてお伝えします。また「**いつ**」というのは、権利取得に要する期間と事業開始との合わせ方についてです。併せて「**予算**」は何をどのように見ればよいのか、アドバイスします。以上の見地を備え、事業計画から商標登録出願のために必要な事項を抽出して頂ければと思います。

(1) 出願人と手続きを誰とするか

(i) 出願人について

まず、出願人(商標権者となる)を個人名義(社長名)にするか、法人名義にするかですが、会社を買収された場合には商標権が移転しますので、オーナー経営(中小企業に多い)の場合は個人名義を選択される傾向があり、一方で、損害賠償請求を行うケースでは、法人の損額立証において高額化するの法人名義の傾向があります。また後に説明する「**不使用取消審判**」では、商標権者と商標の使用権者が異なるとして、請求の対象とならないように留意します(黙示・明示の使用許諾の担保等)。

(ii) 代理人(弁理士)と社内知財体制をつくる

ご自身(事業経営者・知財部員等)で行うか、代理人に委任するかですが、**自社に知財部がない(あるいはまだ機能が弱い)**場合は、その機能を補うべく、戦略系の特許事務所(弁理士)を活用し、新事業、新商品開発の際には、商標だけでなく、**ノウハウ・特許・意匠(デザイン)**他の知的財産の保護についても洗い出し、一体として方針及び社内

体制を作っていくことをお勧めします。例えば、防水透湿機能に優れた素材関連技術の特許権（1970年代）が切れても、「ゴアテックス®」「GORE-TEX®」という登録商標により、アウトドア・ビジネスシーンでブランド化して、現在に至るまで機能性素材の付加価値をPRすることが出来ています。各法域の誌上講義回が終わった後半に、「知財戦略」回を設ける予定です。

コラム **すでに事業を開始している場合**

既に事業を開始して、使っているマークがある場合、安易にそのマークで商標出願し、それが先行の登録商標にありますと、自ら「商標権侵害」を自白したのも同然で悪手です。そのマークを「使い続けたい」という意向が働くと思いますが、出願以前に自主的に調査を行い、その結果を踏まえて「商標権侵害」の状態があれば、解消する方策を練ります。既に先に商標を押さえられている以上、どのような回避・解消策が考えられるのか、また商標権者との交渉をどうしたら円滑・有利に進められるのか、個別具体的に各場面での対応を相談できる、かかりつけ医師ならぬ、親身になってくれる**顧問弁理士（自社事業の方向性に理解力のある）**を見つけておくことをお勧めします。「商標が取れなければ返金」だけを謳うサービスは、その時のその出願だけの単発サービスですから、こうした問題に関する予見、予後の措置検討は含まれず、そもそも、その事業の進行状況、将来の方向性なども預り知らぬところでは、対応の取りようもないのです。安直なやり方にはリスクが伴います。

(2) 事業の内容から商標権の内容をつくる

事業の成功に適した商標権の取得を目指す、という姿勢に立ってみれば、スタートする事業で、どれだけ商標活用のイメージを膨らませられるかが鍵となります。そうして膨らませたあとで、「それぞれの使用態様を出来る限りカバーできるように、個別具体的に扱う物品やサービスを決めていく」、という、**アイデア出しと、そのアイデアを商標権として洗練させていく行為が必要**となります。どのような**商品やサービス**を想定されているでしょうか。また、その商品やサービスに**付随する物品やサービス**も（今もしくは今後）売るとは思っていますか？ またどのような**販売形態**を考えていますか？ 詰めて売る（何に？）、店内消費だけでなく、テイクアウトもする、ネット通販も考えたい、待てよ、あんな商品も売れるかも…そうだ、やり方や作り方を教える講座も売りたい、海外での販売も考えているのだけれど（どこの国、地域？）…こうした希望を、関連部署と話し合う、ざっくりとした段階で、商標担当者／顧問

弁理士に相談予約を入れておきましょう。優れた顧問弁理士は、どんどん質問やアイデアが広がるヒントをくれるでしょう。また、その商品の材質や用途によって、権利範囲が変わってくる場合もありますので、「**業種の特徴、販売形態、用途、材質等も加味して、法律上どのように申請すれば、間違いなく、事業で使う予定の範囲をカバーした権利を形成できるか**」、を検討してくれます。このアイデア出しと、各担当者の事業検討段階において、現在の各業界や業態の**トレンド、ライバル、お手本としたい企業**をメルクマークとし、**法令・制度改正の波も合わせ**、どのような展開を図っていくかも、顧問弁理士（調査・情報収集・法判断機能を持つ）から**知財戦略**を教えてもらい、「**予算を伝え、現行の法制下において最善の現在および将来の布石となる権利範囲の形成**」を目指せるようにしていきます。

(3) どういうマークを選べばよいか

(i) ブランドの構築

マークを用意するにあたり、ブランド構築の観点から、以下の分類が頭にあると、計画的にブランドの種別や階層構造を作っていくのに役立ちます。

表 **ブランドの構築**

ブランド化したいマーク	適用範囲
コーポレート、ハウス	会社ロゴなど組織全体
カテゴリー、ファミリー	統一した商品・サービス群
プロダクト、ペット	個々の商品・サービスのみ
技術、機能、品質	他社製品内でもPR可能

(ii) 商標の種類にはなにがあるか

「文字」と「図形（ロゴ）」を思い浮かべる方が多いと思いますが、自社の事業を感性に訴えて思い出してもらうマーキングには多様なバリエーションがあります。新たな商標として、「動き」「ホログラム」「色彩」「音」「位置」というタイプが2015年に商標の保護対象に加わっており、各社のライセンス事業の動きも活発です。

ちなみに、日本では「匂い」「味」「触感」はまだ認められていませんが、世界各国で様々な企業が様々な手法を駆使して、自社の商品・サービスを覚えてもらおうと工夫し、それに合わせて法律も変化していると感じて頂ければと思います。初めてで悩まれるのであれば、使い易い「**標準文字商標**」（デザイン性のない特許庁の定めた文字）がおすすめです。予算・使用頻度に応じて、ひらがな・カタカナ・漢字・アルファベットといったバリエーションでも取得し、またデザイン性の面では、ロゴ等で事業の個性や差別化をより際立たせられるでしょう。社内公募やデザイナー（守秘義務を）とアイデアを練るのも良いでしょう。



図 商標の種類と例

出典：事例から学ぶ 商標活用ガイド 経済産業省 特許庁 2019年

(4) 事業開始時期に合わせた出願準備について

特許庁で審査をしてもらうためには、病院の診察待ちではないですが、順番待ちをしなければならず、現在3~8か月待ちであり、登録まで1年程度(争いがあればよりかかります)を目安にします。しかし、既に商標を使用しており、早く審査を望む場合は、一定の条件を満たせば平均2.1か月(審査)、平均2.6か月(審理)に短縮されている「早期審査・早期審理」²⁾制度を利用することができます。事業状況・計画に合わせて、逆算して出願準備に取り掛かりましょう。

(5) どのように予算を見ればよいのか

以下は、特許庁に支払う権利取得のための料金表です。一方で、特許事務所(弁理士)に依頼する場合の費用で

コラム 登録の難易度

商標により難易度が異なります。例えばヤクルトのプラスチック容器は1968年から使用され、立体商標制度導入の翌年1997年に立体商標として出願したもの、なかなか許可されず、2010年ようやく、知的財産高等裁判所で認められました。その立体形状に、商標で保護するに値する識別力が備わっているかが問われた厳しい道程でした。

ヤクルトプラスチック容器
商標登録第5384525号



すが、こだわりによって、みておくべき予算も変わります。例えば簡単なものと、手のかかるもの、があり(文字も組み合わせの要素によって、幾つもの検討を要するもの、また図形の場合は高度な検索テクニックが必要となります。商品・役務の数と合わせて検討する組み合わせ数も増大します)、さらに、取り易いタイプの商標と、難易度の高いタイプの商標があり、難易度の高いものは、特許庁からの一発OKが出にくくなりますから、それなりの証拠と論拠を揃えて説得する必要があります。その場合、どこまで特許庁への説得に時間と労力をかけるかでも費用が変

特許庁手数料

出願料	3,400円+(区分数×8,600円)	
電子化手数料(紙による手続のみ)※	2,400円+枚数×800円	
登録料	10年分一括納付	区分数×32,900円
	5年分分割納付	区分数×17,200円
更新料	10年分一括納付	区分数×43,600円
	5年分分割納付	区分数×22,800円

出典：特許庁 商標審査官が教えます商標出願ってどうやるの？

コラム 商品・役務が異なれば同じマークもあり

商標権は、二つの視点、「商売(事業)」と「標識(マーク)」から形成される権利である、とお伝えしました。以下の表をご覧ください。「ASAHI」のほんの一部です。「アサヒ」でも、幾つもの登録商標が存在します。

表 ASAHIの登録商標(一部)

商標	商品・役務	権利者	登録番号
ASAHI	印刷物系	株式会社朝日新聞社	1620653
ASAHI	化学・工業品系	旭精工株式会社	492689
ASAHI	加工食品系	旭松食品株式会社	653285
Asahi	ビール系	アサヒビール株式会社	2055143

上記の事例は、同じようなマークが登録されていても、異なる商品・役務の商売に使うものであれば、あなたがそのマークで商標権を取得できる可能性があることを示しています。一方で、他者も同じように、あなたが「とある商標権」を持っていても、あなたが取得していない商品・役務の範囲では、他者が商標権を取得できる可能性があることを意味します。

ですから、出願において、商品・役務の範囲の検討は、大変重要なのです。最悪のケースは、商標登録が出来たと本人は思っている、範囲を間違えている(多くは問題になるまで気づかない)場合です。

わってきます。特許事務所の費用は、他の業種と同じく、お客様との付き合いの度合い（信頼）や、能力、独自に提供するサービスによっても違いますから、要望を伝え、どこまで対応可能か、予算はどの位を見るべきか、国や地方自治体の商標に関する助成金制度活用も含め、聞いてみましょう。

(i) 調査について

先行登録商標があるかどうかを、軽く調べる程度の調査方法は知っておくと役に立ちます。尚、調査によって例えば「使用できるかどうか」と、「登録できるかどうか」では調査・検討レベルが異なります。2021年の日本の商標登録出願全数は184,631件であり、日割りすれば1日500件、日々出願数が増え続けています。登録可否判断は迅速に商標担当/弁理士にご相談下さい。

(ii) 商標検索データベース

商標検索の無料データベースとして国が提供するものに特許情報プラットフォーム（J-PlatPat）があります。特許情報とありますが、商標検索機能も提供しています。尚、同データベースにデータが反映されるのに1か月程度のタイムラグがあるので、検索漏れにご留意下さい。特許庁のHPに簡単な商標検索の仕方が解説されています³⁾

2.2 特許庁レベル準備：特許庁への出願・応答

さて、特許庁へ出願です。すでに、知財部もしくは弁理士とともに、権利を取りたい事業内容と、それににかかる期間と大まかな費用と心づもりの擦り合わせをしたところで、いよいよ出願書類の作成に入ります。

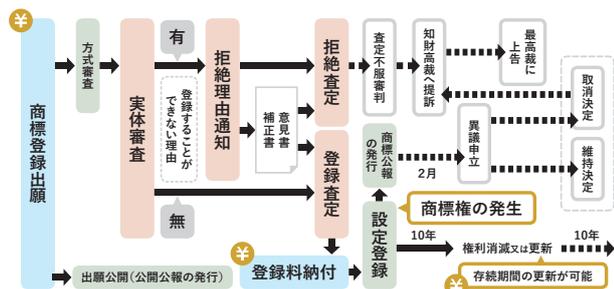


図 出願から登録までのフロー

出典：特許庁 事例から学ぶ商標活用ガイド

(1) 書類作成・出願方法について

書類の書き方や出願の仕方については特許庁のパンフレット等に解説されています⁴⁾。

(2) ふさわしい出願人が

デザイナーに依頼している場合は著作権に留意下さい

(前回参照)。また法律上、権利の主体になれるか、事業内容を行える主体であるか確認します。今回が初めての出願ではない場合、先の出願をどのような内容で出したのか、その出願から受ける影響の有無も確認します。

(3) ふさわしい商標か

登録されるための要件は「商標法」に定めてあり、その要件の全てを満たす必要があります。基本的に「識別力があること」が求められます。そのため、先願の登録商標と同一、または似ていて紛らわしいものや、普通名称、ありふれている等は、識別力がないとみなされます。また、公共の利益に反するものや、競争秩序を乱すもの等も登録を受けることができません。

実務的には、「商標審査基準」「商標審査便覧」「類似商品・役務審査基準」と呼ばれる、法的拘束力はないものの、特許庁の審査官による運用方針への理解が必須です。

弁理士の商標三種の神器は商標法・審査基準/審査便覧/審判便覧(行政)・判例(司法)です。他には他法域関連に加え、現在のトレンド、モラル、コンプライアンスへも配慮することで、いわゆる法的には問題なくとも炎上や企業イメージ低下につながる事態を防げます。常に難しい問題としてあるのは、「商標の類似」と、「商品・役務の類似」の判断です。商標の類似は、「外観」(見た目)、「称呼」(読み方)、「観念」(意味合い)に始まり、様々な観点から行われますが(商標審査基準・商標法4条1項11号)、特許庁と裁判所で見解が異なることも当然あります。また、商品・役務の類似ですが、特許庁では、便宜上、経験的に商品・サービスをグループ化し、画一的な基準により類似と推定する範囲を設定(「類似群コード」⁵⁾と呼ばれる)しています。調査にはこの類似群コードを駆使します(例えば、「菓子」と「パン」には「類似群コード30A01」が割り当てられているので、両者は類似と推定されています)。また審判や裁判で争われた事例も参考にして、権利を取ることができそうな範囲を見極めます。このあたりは、希望の商標候補を商標担当者/弁理士に伝え、調査結果から出願方針を決定し、それらを基に出願計画・出願書類の作成を完了させ、特許庁に願書を提出するという流れとなります。

(4) 審査官に意見を申し述べる機会がある

上記のように検討して出願しても、特許庁より、「拒絶理由通知」という登録を認めることができない旨の連絡が来ることは珍しくありません。特許庁によれば、拒絶理由通知の送付率は出願全体の約35%にのぼり、内訳は以下表とのことです⁴⁾。

尚、願書の作り方が稚拙である、という場合を除き、そもそもが、拒絶理由通知がくることを想定した、権利のギリギリ(最大化)を狙ったチャレンジングな出願である場

表 拒絶理由の内訳

拒絶理由	割合
商品・サービスの記載が不明瞭	約40%
類似する他人の先行登録商標がある	約35%
商標に識別力がない	約20%
広範囲な商品・サービスを指定している	約15%

合もありますし、一方で、見解の相違もあると思います。まずは、なぜ登録が認められないと審査官が考えたのか、審査官の考え方の筋道をしっかりと理解し、それに納得するのであれば諦め、反論を試みるならば、法律論で審査官が納得しやすいような筋道を示す説明(意見書)や証拠(上申書、物件提出書)を提出する、補正をする等を行い、登録に導けるように、特許庁とやり取りを行います。

(5) 特許庁に不服を申し立てることができる

上記の対応をしても、審査官から納得のいく結果が得られない場合は、上級審査にあたる審判官の合議体による判断を仰ぐことができます。そのためには、特許庁に「**拒絶査定不服審判**」を請求します。特許庁によれば、拒絶査定を取り消してもらえた割合(請求成立率)は68.5%⁶⁾で、高い確率で審査官の判断が覆っています。また、この決定にも不服がある場合は、今度は司法の場、つまり知的財産高等裁判所に、特許庁の行政処分の判断を仰ぐことが可能です。ただ、審判の段階でしっかり見てもらえるので、結果が覆ることは多くありません。

2.3 権利者レベル準備：商標権維持と高価値化へ

(1) 権利をつぶされる可能性がある

あなたは商標権者となりました。しかし安心はできません。まず**2か月間**、**5年間**と注意を注ぎ、その期間経過後も「**適切**」な「**使用**」を心掛けて下さい。

まず、商標掲載公報の発行から2カ月の間は、手軽な「**登録異議の申立て**」制度の適用期間です。これは、審査官も万能ではない(見落としがある可能性は否定できない)ので、公衆(誰でも構わないので、よくダミーが使われます)からの申し立てにより、審判官の合議体が権利を見直

コラム 普通名称化を防ぐ

フリーライドに対して警告を出した時期が遅く、その時点では、すでに普通名称化しているとして、商標権の行使ができなくなってしまった事例があります。「招福巻」(登録番号2033007)は、大阪高裁平成22年1月22日判決・平成20年(ネ)2836号にて、「巻き寿司」の普通名称化していた旨の判断がなされました。

すものです。この結果、登録が取り消されると、**最初から権利はなかったもの**、とされてしまいます。逆の立場から見れば、勝手に出されて登録されてしまった商標を、「**こんな商標が登録されてしまったのはおかしい**」として潰す手立てに利用できます。この期間を過ぎている場合は、「**無効審判**」を使います。尚、無効審判は商標登録から5年以内が勝負です。なぜなら、5年の除斥期間を過ぎてしまうと、不正や不正競争目的の場合を除き、一部は請求できなくなります。法的安定性の見地から、既存の状態を維持する方が好ましいと考えられるからです。また、「**適切**」に「**使用**」されていない商標権は、「**取消審判**」(5種類あります)で取り消されることもあります。例えば「**不使用取消審判**」はよく使われます。登録から正当な理由なく継続して3年以上、正しい使い方がなされていなければ、保護に値する商いの信用が生まれないので、そうした登録の排除に使われています。また、**故意に誤認・混同を生じさせる**ような不正な使用や、**ライセンス先の不正な使用**も、商標権者がきちんと責任を果たしていないとして**取り消される**場合があります。ですので、商標権を取得したからといって胡坐をかかず、常に「**適切な使用**」を心掛けましょう。

(2) 勝手に使わせない、登録商標の表示を行う

前回解説した「**フリーライド**」、「**ダイリレーション**」、「**ポリレーション**」を防がないと、あなたの商標の価値はどんどん減じていき、最後に行き着く「**普通名称化**」により価値がゼロになってしまいます。登録商標である旨の表示をPRすることは、勝手に使われている状況を放置しない、すなわち、記事やメディアや辞書への掲載に対して、登録商標であることを表示するように注意を促すとともに、不正な使用に対しては法的措置を適切にしていけることを意味します。手段は2.4(3)をご覧ください。

2.4 紛争レベル準備：事業を守る攻防戦術

(1) 先に商標権を取られてしまった

前回解説した、「**先取り商標**」「**悪意の商標出願**」「**乗っ取り**」に当たるケースです。まず、「**先取り出願**」ですが、しつこいようですが、知財の世界は早い者勝ちです。ですので、相手の法律行為に問題がなければ、先願争いの敗北により、商標権の譲渡もしくはライセンス許諾を受けなければ、その商標は使えません。しかし、相手の法律行為の問題を突くことができれば、争うことが可能です。また、「**悪意の商標出願**」や「**乗っ取り**」のケースでは、「**登録異議の申立て**」「**無効審判**」「**取消審判**」から事の性質に従って選択して争い、そこで納得のいく結果が得られなければ、訴訟の手段もあります。こうして相手の商標権の効力を無力化できないか検討し、その後に自社がその商標権を取得できるかを検討します。

参考：「登録異議申し立て」と「無効審判」の成功率

無効審判の成功率が高いことがわかります。

●登録異議申し立て

2020年：13.6%（取消46件・維持338件）

2021年：7%（取消22件・維持315件）

●無効審判

2020年：68.5%（成立553件・不成立254件）

2021年：81.7%（成立626件・不成立140件）

出典：特許庁行政年次報告書2022年版統計より算出

(2) 商標権侵害として警告書が送られてきた

信じられないかもしれませんが、無関係の人から警告書が送られてくる詐欺があります。差出人とその代理人、そして警告書の内容を精査します。内容が妥当であれば使い、使用し続けたければライセンスの余地があるのか探る交渉に移行します。不当であれば、対抗措置を講じます。無効審判や取消審判は対抗手段の入口の一つです。

(3) 商標権侵害をされている場合

上記の逆の立場にあるとみて下さい。まずは相手のガードが高くないうちに証拠を確保します。次に相手特定し、その行為の一つ一つに対して、商標権侵害に当たるのかを詳細に検討します。不用意に警告書を送ってはいけません。訴訟に至った場合、相手に対抗の糸口を与え、虚偽の事実に基づく取引先への警告となれば、営業非棒行為（不正競争防止法2条1項14号）に当たり、逆に損害賠償を請求される事もあります。まずは相手の反論や対抗措置を見据えて、社内体制を整えます。というのも、人気があれば雨後の筍の如く起り続けますから、長い戦いに備えます。ECモールは近年ニセモノ対策を強化していますので、発見したら通報しましょう。また税関における**輸入差止申立制度**も利用しましょう⁷⁾。さて、入念に先を見据えた後に警告書を送るとして、それでも相手がやめない場合は、訴訟も視野に入ります。相手も、登録異議の申立て、無効審判、取消審判、訴訟等の対抗手段を取ってくることを想定します。裁判所での民事手続きによる救済には以下があり、刑事責任の追及もできます。

<商標権侵害への救済手続き>

- ・侵害行為等の差止めを求める（差止請求）
- ・損害賠償を請求する（損害賠償請求権）
- ・不当利得の返還を請求する（不当利得返還請求権）
- ・信用回復のための措置等を求める（信用回復措置請求権）

3. 外国の場合

外国の場合は、現地での情報、それぞれの国の法律の下に対応をとる必要があります。参考書籍をご覧ください。「世界の知的財産権」(著 大樹七海 経済産業調査会)

4. まとめ

商標の取り方、守り方、について解説しました。前回頂きましたご感想に、**商標権の永続性**に感嘆される方が多くおられました。つまり、そのために**審査も登録後の使用にも厳しく適正が問われる**のです。ポイントとしては、軽率な出願を避け、また登録できても、**安心しない**ことです。放置する、不正な使い方をする、されるなど、**適切なマネジメント**をしていないと、取消理由を与えることとなります。また**他社の問題のある商標権の無効化は早めに対処する**、**不正な使用をみつけたら放置せずに根気強く対応**していく事が大事です。美しい桜を咲かせるのと一緒で、様子を見て定期的に雑草や虫や病気と戦い、栄養を与え続けるのです。それでこそ、ああい桜だ、と人々を楽しませることができます。素敵な商標で事業を日本で、海外で、大きく育てて行って下さい。

参考文献・参考サイト

今回、誌面の都合上、一部に絞って解説しました。「弁理士にお任せあれ」(著 大樹七海 発明推進協会)の商標の項を宜しければお読みください。

- 1) 特許庁：商標審査着手状況（審査未着手案件）
<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/shinsa/status/cyakusyu.html>
- 2) 特許庁：商標早期審査・早期審理の概要
<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/shinsa/soki/shkouhou.html>
- 3) 特許庁：商標を検索してみましょう
https://www.jpo.go.jp/support/startup/shohyo_search.html
- 4) 特許庁：商標審査官が教えます 商標出願ってどうやるの？ 2023年4月第3版
- 5) 特許庁：日本における「類似群コード」について
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/bunrui/ruijigun_cord_reidai.html
- 6) 特許庁：審判制度ハンドブック
- 7) 税関：知的財産侵害物品の取締まり
<https://www.customs.go.jp/mizugiwa/chiteki/index.htm>



profile

大樹七海 弁理士・作家(雅号)

政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所、産業技術総合研究所)にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。著書「世界の知的財産権」(経済産業調査会)、「弁理士にお任せあれ」(発明推進協会)、「ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産」(マスターリンク)、内閣府知財教選定書「マンガでわかる規格と標準化」(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。

～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.5

「意匠」の権利って? どう使えるもの? ～意匠権について理解を深めよう!～

はじめに: 馴染みのない権利「意匠権」

さて、Vol.1「全体回」、Vol.2「著作権」、Vol.3&4「商標権」、と続いて、今回は「意匠権」の出番です。

意匠権は、知的財産権の他の仲間である、著作権や商標権、特許権と比べると、あまり馴染みのない権利ではないでしょうか。

私自身も、科学・知財クリエイターとして、コンテンツ、イラスト、プロダクトのデザインも手掛けていますので、弁理士(知財の専門家)の目、芸術家の目、プロダクトクリエイターの目、事業経営者の目、このそれぞれの、かなり違うセンスが問われる立場の視点からみて、「意匠権」という制度とはどういうもので、どう使えるものなのか、お伝えしたいと思います。

意匠権とは簡単に(法律的な面から)

意匠権は、今までにない新しい意匠を創作した者に対して与えられる権利です。

特許庁に出願し、審査を経て、登録されることで、意匠権が発生します。意匠権者は一定期間、登録された意匠と同一又は類似の意匠の実施を独占できると共に、侵害行為に対し差止請求、損害賠償請求等の救済措置を求めることが可能です。

出典: 大樹七海「弁理士にお任せあれ」発明推進協会

わかったような、わからないような、かもしれません。そもそも、**意匠ってなんでしょう**。まずは、あまり堅苦しくなく、一般的な認識から、「意匠」というものが、どういうもので、それを「権」にするにはどういう視点が必要なのか、ということから始めたいと思います。

1. 意匠とその権利ってなんだろう?

一般的な「意匠」という言葉

一般的に、「意匠」という言葉の使われ方を思い浮かべると、「**意匠を凝らした〇〇**」という表現があると思います。つまり、「**何かデザインを工夫した〇〇**」というものがある、という理解で「意匠」という言葉を捉えているよ

うに思います。このときのデザインというのは、〇〇が「着物」であれば、模様や文様といった記号的なデザインや、平面的なデザインがあるでしょう。また〇〇が「住まい」であれば、建物のデザインも、内装のような空間デザインも、どちらも含むと思います。芸術的なセンスを発揮して、「アートな雰囲気」まで漂ってくる言葉であったりもします。

2. 勘違いしやすい「意匠権」

(1) 意匠を凝らしたネジ? 「芸術性」は不要

しかし、知的財産権として、権利を取れる「意匠」というのは、一般にこうしたイメージから導かれるものよりも、もっと対象が「広い」かもしれないし、あるいは「狭い」かもしれません。

「広い」という意味では、たとえば、以下の意匠権の例「ネジ」を見てみましょう。



正面図 縁無しメガネのレンズ止めネジ
意匠登録第1078502号 旭光学工業株式会社

「意匠を凝らしたネジ」、といったときに、これを見て、ちょっとピンとこないのではないのでしょうか。

しかし、実際に意匠権の戦略としては、こうした登録が多いのです。たとえばタイヤの意匠権を見てみましょう。**タイヤの溝(トレッドパターン)**はタイヤの性能を高めるものですが、この溝の模様で、意匠権を取るのがゴム業界での慣行で、数千件ほど登録されています。

下記のタイヤは、性能を活かすアシンメトリーのデザインにセンスが光っています。ネジの方は、発明としてはかなり古いものですから、なかなか特許を取りづらいますが、意匠では権利を取ることができます。

このように、技術的な「外観面」から「意匠権」を取る、ということが実務的には行われています。



斜視図 自動車用タイヤ
意匠登録番号1723169号 住友ゴム工業株式会社

コラム どのような意匠権があるのか？



出典：事例から学ぶ意匠権制度活用ガイド，特許庁

図 意匠権で保護される物品の意匠の例

上記の図は、2020年の意匠登録出願件数に基づき、日本意匠分類グループ毎に示された図です。

C.生活用品（マスク等）、H.電子・通信機器（イヤホン等）、J.一般機器（デジタルカメラ等）、B.衣服・身の回り品（シャツやカバン等）、F.事務・販売用品（包装用箱等）、D.住宅設備用品（椅子等）が多く、L.土木建築用品（マンホール蓋等）も件数があることが見て取れます。多岐に渡っていますね！

こうしたことから、意匠権は、いわゆる「アート系の創作」もありますが、使われ方としては、むしろ「エンジニアリング系のファッション・センス」を称える活用が図られていることも、知っておいて下さい。

もし「使い勝手を工夫したデザイン」を考えた!というのであれば、意匠権との相性は良いと思いますよ！

意匠権と相性の良いデザインを理解する

<プロダクトデザインは意匠権と相性がいい!>

★エンジニアリング系の創作（工業製品）

★「使い勝手」や「心地良さ」を工夫したデザイン

★「機能を美観面から捉えて」工夫したデザイン

(2) 文様・模様自体では意匠権は取れない

次に、権利を取ることの出来る「意匠」というのは、「狭い」ともいえる、一般的なイメージとの「ズレ」についてお伝えしたいと思います。

先ほどの、「意匠を凝らした着物」で言うと、良く知られた着物の文様・模様は、権利の対象にするには、そのままでは出来ません。ちょっと工夫が要ります。まず、意匠権を取るには、「対象」を絞らないといけません。「文様・模様」のみを権利にすることはできません。着物の特定のデザインであれば、着物について、権利にします。もし、同じデザインを使って、ハンドバッグとして売り出したいのであれば、ハンドバッグについて、権利にします。つまり、「流通させたいモノごとに、権利を取る必要がある」のです。

これは、商標権の回でお伝えした、「ことば」または「ロゴマーク」と、それを使う先の「商品」や「サービス」を検討して申請しなければならなかったのと、同じ理屈だと捉えれば、わかりやすいでしょう。どういう商品やサービスについて、商標権を取るべきか、検討しましたよね。商標権は「言葉」というツールを独占する権利ではなかったですよ。

同じように意匠権のほうも、「プロダクト」と離れての「文様・模様」のみを独占させるようには、出来てはいません。では、「意匠権」はなにを守っている権利なのでしょう？

(3) デザインに投資する経済活動を守るもの

一般に、意匠権、商標権、特許権は、「産業財産権」と呼ばれています。産業とは、人々が生活する上で必要とされるものを生み出したり、提供したりする経済活動（Wikipedia）とのことですが、この経済活動を守るための権利が、意匠権です。

経済活動として、「〇〇」（プロダクト）を売り出すときに、より売れるために、一生懸命にデザインを考えて創作した場合は、どこからかパクってきたわけではありませんので、当然その分のデザイン・コストがかかっています。それを簡単に模倣され、タダ乗りされては、たまりません。そういう状況では、創作者が蔑ろにされ、誰も知財に敬意を払わない、盗賊国家になり果ててしまうでしょう。

そこで、販売する〇〇（プロダクト）のデザインへの投資を回収できるように、一定期間、独占して、「オリジナリティ」を主張できるプロダクトとして販売できるように、権利を与えるのが、「意匠権」という制度になります。

(4) 「創作非容易性」、「新規性」が必要

つまり、パクったものではないこと、自然物などそのままを写したのではなく、自らの創意工夫により創出した

(「創作非容易性」と呼んでいます)ものである、ということが、意匠権を取るためには必要となってきます。ここに加えて、「新規性」も必要になってきます。

この点、今まで解説してきた、著作権や商標権には「新規性」は不要で、今後の回で解説する特許権には「新規性」が必要ですから、**意匠権は特許権に近い**、と思って頂いて構いません。さきほどの、ネジやタイヤの例で見て頂くように、「**技術と形(デザイン)の思想と創意工夫**」は近い関係にあるのです。

ちなみに、特許として出願したものの、それを意匠として出願変更することすら可能です(次回解説予定)。

表 意匠権と特許権の違い

要件	意匠権	特許権
対象	意匠	発明
要件	新規性・創作性が必要	新規性・進歩性が必要
存続期間	出願日から25年	出願日から20年

出典:「弁理士にお任せあれ」大樹七海,発明推進協会

表 意匠権と著作権の違い

	意匠権	著作権
管轄	特許庁	文化庁
法律	意匠法	著作権法
権利の発生	実体審査を経て登録査定・登録料納付により発生	無審査で創作した時点で発生
権利	全国で1つの権利(独占)	他者の著作物の真似ではなく、たまたま似たものを創作した場合は、複数の権利が存在
期間	出願日から25年	原則、著作者の死後70年

出典:「弁理士にお任せあれ」大樹七海,発明推進協会

アート面では、著作権も関わってきますが、意匠権と著作権が決定的に違うのは、著作権では、「たまたま似てしまった」という主張がされるのに対し、意匠権の方は「新規性」を始め、特許庁で厳格に審査され、所定の要件を満たしたもののみ、**全国で1つの権利**が付与される点です。特に経済活動においては、この手間分、産業財産権として力を発揮します。

(5) 即ち「世界で最も新しい意匠であること」

意匠権を取るために必要な「所定の要件」(次回解説)のうち、「**新規性**」は、見落とされがちなポイントです。「新規性がある」、ということは、「まだ誰も発表したことのない意匠」、つまり、「**世界で最も新しい意匠であること**」が必要となります。

よくあることですが、早くお客様に新製品をお知らせしたくて、「**ウェブサイト**に商品掲載」「**新聞、メール**で商品紹介」「**展示会**に出品」「**商品出荷**」「**店頭販売**」「**SNS**

上で開発過程を写真つきで呟く」、「**営業資料**として図面を渡す」などをしますと、新規性は失われてしまうのです。

しかし、そうした行為の後に、「**そういえば、意匠権というものがあるらしいけれど、当社も権利を取ってみようか**」、と思われる方もいらっしゃると思います。この場合、「新規性」は既に無く、意匠権を取ることは出来ません。

この場合、非常手段として、「**新規性喪失の例外**」という手続きがあります。しかし、この「新規性喪失の例外」は、「**あくまでも非常手段**」(特許庁談)であって、万能ではありません。新規性を失った日から1年を経過している場合は適用外となります。また、海外での扱いは、日本の法律とは異なりますから、別途国ごとに留意しなければなりません。基本的に、権利の取得はシビアであると理解しておいて下さい。

ですので、まずは、外部にお知らせする前に、「**意匠権を取るつもりがあるかどうか**」を今一度確認して、「新規性」について留意して頂ければと思います。

一方で、「早く知らせたい」、の逆で、「まだ知らせたくない」という場合に、意匠権では、販売時期と公開時期を合わせることでできる、**秘密意匠**という出し方もあります。これは産業財産権のうち、意匠権にだけ許された方法です。このあたりも併せて、次回の手続編で解説したいと思います。

覚えておくこと!

外部にデザインを公開する前に!
「**意匠権どうする?**」と一旦ご確認を。

3. 売れるように工夫する

さて、では次に、「売れるように工夫する」という観点から、意匠権を見ていきましょう。

(1) 知財ミックスとは

知財ミックスとは、アイデアにより創出された事業を、様々な知的財産権のミックスで守りを固めていく意味で用いられます。

「売れるための工夫」は、なんらかの従来の問題を解決するものであるでしょう。例えば①「見た目を良くする」、②「使い勝手を良くする」、③「覚えて貰い易くする」、という具体的な工夫の数々が挙げられますが、それらを知的財産権で守ることができます。

①「見た目を良くする」、と、③「覚えて貰い易くする」、というものが、形状や画面デザインなどの場合には、意匠権で守るのに大変適しています。②「使い勝手を良くする」ですが、技術的な観点が加わってきますので、特許権で保

護することも考えられます。③の「覚えて貰う」という意味では、商標権で押さえることも考えられます。

様々な法域で、重疊的（重ねて権利を取得するという意味）に知的財産権を築いて、参入障壁を高め、差別化・独自戦略をとることがあるのですが、簡単に、他の知的財産権と比べた意匠権のメリットや、他の知的財産権との関係性から、理解を深めてみましょう。

売れるための工夫・知財ミックス

- ①見た目を良くする工夫⇒意匠権
- ②使い勝手を良くする工夫⇒意匠権・特許権
- ③覚えて貰い易くする工夫⇒意匠権・商標権

4. 意匠権のメリット

(1) 初めてでも権利の申請書をつくりやすい

たとえば、製品を制作する場合、特許を取ろうとなると、特許明細書を読もう、書こう、ということになります。しかし、初めての方には技術を文章で読む、書く、というハードルは高いでしょう。

その点、意匠の権利は、「文章」で権利を確定していく特許とは違って、「図面」(CGで作成した3Dモデル、写真もOK)で権利を確定していきます。

実際、モノを作るときに、いちいち言語化しているものではありませんが、設計図や試作品は作っています。それを意匠権用にアレンジすれば(色々な意匠権の取り方があるので、それは次回解説予定)、権利を作ることができるでしょう。

文章で読むより、「一見にしかず」、という感じで、わかりやすいことも特徴です。知的財産権の取得においては、商標権が一番初めに着手しやすいと思いますが、デザインにも力を入れた製品を創られるのであれば、次は意匠権にもぜひチャレンジしてみてください。そして意匠権にも色々な種類があるので(商標の回で、色々な商標の出し方があるように)そのバリエーションを使うようになると知財マスターです。次回ご紹介したいと思います。その次は特許権にチャレンジですね!

(2) 侵害をみつけやすく食い止めやすい& 対策強化!

「一見にしかず」のわかりやすさは、侵害品を他の方、たとえば税関の職員の皆様に発見して頂くにも、威力を発揮します。

特許が「むずかしい」、と感じるのは、侵害品を食い止めるのに、協力してくれる方々にとっても同じです。意匠権の保護対象は、物品の外観デザインであるため、製

品を分解したり、破壊したり、分析したり、技術を理解しなければ、分からないものでもありません。

よく、「特許権の方が、意匠権より強い」というイメージがあるので、「意匠権にはさほど期待をしていない」という風に考えておられる経営者の方は多いのですが、「日本市場に海外の模倣製品が輸入」されてきますので、これを税関で食い止めて頂いている話をしますと、なるほど、と頷かれます。さらに、令和4年10月1日から、商標法と意匠法の改正により「模倣品の水際取り締めりが強化」され、個人使用であっても、海外通販サイト購入等の模倣品は没収対象となり、効果を上げています⁴⁾⁵⁾。

コラム 「真空断熱ケータイマグ」の模倣STOP!

サーモス株式会社は、発売後の2013年-2016年にかけて、「真空断熱ケータイマグ」という軽量化・コンパクト化を図った主力製品JNLシリーズの模倣品を、意匠権に基づき、**4,500点近く**税関で差し止めることができたそう!²⁾。



写真と図:サーモス株式会社HP
『サーモス 真空断熱ケータイマグ(JNL-353/503/603/753)』
ニュースリリースより。工夫のデザイン!

5. 事業を守り切るのには難しいからこそ・知財ミックス

特許の回で詳しくは説明していきますが、特許権は権利を「文章」で確定していくので、「販売している実際の製品」よりも、「技術的アイデア」として、広く権利を押さえることができるのは強いのですが、その分、形が確定的ではないために、権利を主張しきれない場合も生じます。例えば、「販売している実際の製品」と「見た目」が似ている他社製品については、その製品が、その特許権の権利範囲の中に入っているのか、いないのか、争いになることもあります。

建築設計・建材開発に関する某企業の方のケースですが、自社で「金具」に関する特許権を持たれていましたが、意匠権で攻められ、先方こそ、わが社の特許権を侵害しているとして反撃し、続いて相手の意匠権を無効化することにも成功したのですが、このときの経験として、「建物の規模により、金具に打つピンの数を増やしただけでも、特許

権の範囲外となってしまうかもしれない」と危惧されたそうです。また、「**意匠権というのは、明確であるので、権利行使しやすい**」、ということも感じられたとのこと。

特に、「建材」等の技術というのは、**意匠権となじむ**、ことにあらためて思い至られたとのこと、それ以降、**基本特許に対して、確定的な権利の幅を示すために、意匠登録出願を行い、2、3年ごとに関連意匠（次回説明）も出願する方針**に変えられたとのこと。

このように、絶対に守りたい、という事業については、どうしたら守れるだろうか、という観点から、様々な知的財産権の法域、さらにその各法域が用意する様々な制度を使って、バリアを設けていく、それも、継続的に設けていく、という戦術を取っていきます。知的財産戦略については、連載の後半の回で解説したいと思います。

コラム

意匠権の先行調査の徹底、開発と営業の団結

某企業の方のケースですが、自社製品の特許権と意匠権で押さえていたのですが、ライバル企業から、意匠権侵害との訴訟を起こされてしまいました。

ライバル企業の製品とは「似ているとは思えず」、裁判でその旨主張しましたが、裁判官から「非類似であるとは認められない」と言われ、衝撃を受けたそうです。

このため、かなり力を入れていた製品だったのですが、販売することができなくなってしまいました。

しかし、このことから**大きな気づき**を得て、さらに**社内にも大きな良い変化**が起きたと仰います。

まず、「**意匠権の先行調査の見方を変え、より広く念入りに確認**」するようになりました。次に、営業の人たちは競合他社の動向をよく知っておられましたが、その営業の人たちも裁判に同行し、開発陣が裁判で苦勞をしているのを目の当たりにして、「**すごく意識が変わった**」と言ってくれたそうです。

販売ができなくなり、もどかしい思いをされた営業の人たちは開発の人たちを責めるでもなく、その後「**事前に権利関係を調べておくことの大切さ**」を互いに理解して、類似品の載っているチラシや、市場で出ている類似品の写真を入手するなど、「**開発の人たちが欲しがりそうなものを察知して、積極的に動いてくれる**」ようになり、より距離が縮まりました。そのお蔭で、より「**クオリティの高い製品**」を創れるようになったそうです！

6. デザインの価値

昨今、デザイン家電が流行っています。ある程度、技術

が飽和し、大抵の機能がほぼ、どの機種にも搭載されてきたことで、次の差別化として顧客満足度を更に上げるには、「**デザインに訴求する**」ということが、見られるようになってきました。また、多少機能が劣っていても、デザイン性を優先する、というユーザーも多くいます。

たとえばApple社はデザインに力を入れている企業の代表格ですが、同社の大型訴訟は意匠権の価値を知らしめるものでした（コラム参照）。

コラム iPhone事件

アップルとサムスンのスマートフォン訴訟

意匠は知名度も関心も低かったのですが、米国で2011年にアップルがサムスンを相手にiPhoneを模倣しているとして起こした裁判で、翌年10億5千万ドルの賠償金認定が話題になり、その大半が意匠権侵害※を理由とするものでした。2018年に7年の歳月をかけて和解により終結しましたが、技術に関する特許権の侵害訴訟に比べて桁違いのデザインに関する意匠権の高額賠償請求は、外観デザインの利益に対する貢献度が高いこと認定するもので、製品開発における「デザインの重要性」、意匠権の役割を内外に知らしめることとなりました。

（※2018年控訴審で陪審団は2件の特許権侵害の損害賠償額を約530万ドル、3件の意匠権侵害の損害賠償額を約5億3,330万ドルと算定）

出典：大樹七海「弁理士にお任せあれ」発明推進協会

7. デザイナーにとっての意匠

インハウスから、デザイナーとして個人事務所を独立する方は、特に意匠権を取得されることをお勧めしたいと思います。というのも、「デザイン力」を頼りに、事業を強化していくわけですから、その創作力の証明、プレゼン、ビジネス展開においても、意匠権の存在は大きいからです。

まず、創作者として意匠権を取得することで、展覧会出品記録と同じく、デザイナーとしての氏名が公的証書として記録されます。これは「**アイデンティティの証明**」であり、また「**オリジナリティの証明**」になります。小規模事業者にとって、知財訴訟の負担が相当に大きく、証明を残すことで、事前にトラブルを回避できることも意味があります。

また、産業財産権を持っていることで、事業の融資、展開においての信頼性の獲得に繋がっている実態があります。

そして、ビジネス展開においてですが、現状、日本では

「売り切り方式」(一括支払い)のデザイン契約が多いのですが、意匠権をはじめとする知的財産権を基に、「ロイヤリティー方式」の契約にしてもらうデザイナーの方もおられます。売上に応じて、ライセンス実施料が入る仕組みです。米国では、デザイナーが自身のデザインについての権利について学び、自身の貢献分を得る契約をする事が行われています。

今後、益々重要視されてきている「デザイン経営」において、デザイナーの方の努力がきちんと報われるように、支援していきたいと思っています。

8. 中小企業と意匠権

中小企業の知財戦略は、大企業とは異なってきます。機会をみて、この点もお伝えしたいと思っています。

製造業で、日々技術を使って頑張っている企業において、技術が特許レベルに到達していなくても、その技術の形態を意匠にして権利を持つことで、信用を得やすい、下請けではない自社ブランド創りも進めていく、という道を拓かれています。ブランド創りは、まずは商標権から考えていけば良いと思います。知財ミックスによって、ブランドを強化して頂くことができると思います。

コラム 意匠権を担保に融資を受けた

アッシュコンセプト株式会社は、素晴らしいデザインの商品を多数提供されています。人気商品である、動物の形をした輪ゴム「Animal Rubber Band」や、話題になったカップ入り即席食品のふたを押さえる「Cupmen」の意匠権を担保に、日本政策投資銀行から継続的な融資を受けられたそう！



左:カップメン(楽天サイト販売中)右:アニマルラバーバンド(弁理士会「ヒット商品を支えた知的財産権43」)

9. 建築と意匠

令和元年5月に意匠法が大幅に改正され、令和2年4月1日から、「建築物や内装のデザイン」についても意匠法の保護対象となりました⁷⁾。昨今で色めきたった改正です。こうなると、他業界からも参入されてくるもので、別途機

会があれば、解説したいと思います。

建物、内装など、新たな意匠活用を先んじて創り出して、権利として活用していくことで、独創的なパイオニア企業の途を切り拓いて欲しいと思っています。

10. 意匠権と不正競争防止法

結論をいうと、訴訟はやっぱり意匠権がないと、なかなか厳しい、ということです。また、不正競争防止法による形態模倣行為を問えるのは、最初の販売日から3年です。意匠権が登録日から25年の権利を主張できること比べると、その差は歴然です。法律的な話が増えてきますので、以下「弁理士にお任せあれ」(意匠の頁)を参考にして頂ければと思います。

まとめ

意匠権のイメージが掴めたところで、今回は法・手続き・テクニック面に入りましょう。

参考

- 1)「弁理士にお任せあれ」大樹七海,発明推進協会,2020年2月
<https://note.com/ookinanami/n/n5693a0ce691b>
- 2)特許庁:事例から学ぶ意匠制度活用ガイド 2021年10月第5版
https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/info/2907_jirei_katsuyou.html
- 3)特許庁:知的財産を経営に生かす知財活用事例集「Rights」2020年4月
https://www.jpo.go.jp/support/example/kigyou_jirei2020.html
- 4)特許庁:海外からの模倣品流入への規制強化について
<https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/kisei.html>
- 5)財務省:特集 改正商標法及び意匠法に対応し関税法を改正税関における知的財産侵害物品の差止状況と取締りの強化
https://www.mof.go.jp/public_relations/finance/202206/202206c.html
- 6)弁理士会:「ヒット商品を支えた知的財産権 Vol.43」
<https://www.jpaa.or.jp/old/activity/publication/hits/hits43.html>
- 7)特許庁:建築・内装デザイナー向け情報
<https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/kenchiku-naiso-joho.html>



profile

大樹七海 弁理士・作家(雅号)

政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所・産業技術総合研究所)にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。著書「世界の知的財産権」(経済産業調査会)、「弁理士にお任せあれ」(発明推進協会)、「ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産」(マスターリンク)、「内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)、「経済産業省「くらしの中のJIS」他。



～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.6

「意匠」の権利を取ってみよう！

前回は、知的財産権における、「意匠」とはどのようなもので、その権利を取ると、どのようなメリットがあるのか、どれだけの威力があるのか、について、解説しました。

今回、他の知的財産権との比較や使い分けも含めながら、いよいよ、**意匠の権利を取得するための実際の手続き**について解説を加えます。願書や図面の作成については数々の詳細なルールがありますので、ここでは割愛します。こうした書類作成については弁理士に頼むとしても、依頼以前に、そもそも、**意匠の出願**について、**どういうことを知っておいた方が良いのか**、重要なポイントに絞って、解説を加えたいと思います。

1. 出願にあたって

世界で最も新しい意匠であること！

前回、意匠権を取るための法律要件として、「**世界で最も新しい意匠であること**」が特に重要(忘れがち)だということを、お伝えしました。しかし、事前に法律手続きである出願をせずに、発表や宣伝をしてしまっても、**事後的な手続きによる法律上の救済措置**を使って、意匠権の取得を目指す場合があります。その救済措置について書かれた規定が「**新規性喪失の例外規定**」と呼ばれるものです。ちなみに、この規定は意匠と特許に存在し、商標には新しさが求められるわけではないので、ありません。

「**新規性喪失の例外**」規定が設けられている理由としては、意匠も特許も、新しいアイデアを世の中に出した人に権利を与えるものですが、その新しさを自らの発表で失ったとして権利まで得られなくなるのも酷な話で、産業発展に寄与しないのではないか、ということで、一定の場合には、その公開によっての新しさについては失っていない、とみなして取り扱い、権利を取れるようにする例外措置として設けられました。

例外、と書いてあることからお察しの通り、これは通常ルートではありません。例外というのはしばし、他人に迷惑をかける裏道のルートともなりますから、いつまでも認めるわけにはいかず、事後的にこうしたトリッキーな扱いをするので、法律で制限が加えられています。また、諸

外国においても当然に救済して貰えるというものでもありません。こうした救済規定のない国も存在します。つまり、「**世界で最も新しい意匠であること**」はグローバルな知財実務において必要な要件ですので、そうではなかったことにする、という論理は簡単には認められないのです。ですから、この規定があっても、これはあくまでも非常手段と心得て、**新しい意匠を創作する際には、権利をどうしようかな？**と一端考えて知財対策をした上で、それからプレスリリースなり展示なりSNS活用や商談などを行って下さい。

2. 新規性喪失の例外規定の手続きについて

それでは、同規定を受けるために必要な以下の**3つの手続要件**について説明します(詳細については末尾の参考資料を参考下さい)^{参考(1)}

- ①意匠登録を受ける権利を有する者(権利の承継人も含む)の行為に起因して公開された意匠の公開日から1年以内に意匠登録出願すること
- ②意匠登録出願時に意匠の新規性喪失の例外規定の適用を受けようとする旨を記載した書面を提出すること
- ③意匠登録出願の日から30日以内に、意匠の新規性喪失の例外規定の適用の要件を満たすことを証明する書面を提出すること

①ですが、つまり、公開してから1年を経過していた場合には、この救済規定が使えません。ジ・エンドです！
また、その発表からインスピレーションを得て、他の人が創作して先に出願していたり、製品が販売されたりした場合には権利は取れなくなりますから、こうした限界があるということを理解しておき、早め早めに知財のモヤモヤについては、弁理士に相談しておきましょう。

②ですが、願書に【特記事項】の欄を加え、当該規定を受けようとする出願である旨を明記することで代用可能です。

③ですが、以下の2つの要件が満たされることを「証明

する書面」によって証明する必要があります。

- (1) 意匠の公開日から1年以内に出願をしたこと
- (2) 意匠登録を受ける権利を有する者の行為に起因して意匠が公開され、意匠登録を受ける権利を有する者が意匠登録出願をしたこと

ではなぜ、**例外規定である、新規性喪失の例外規定について最初に解説を入れたか**かというと、ここで泣く方が多いからです。また、**例外規定があるから、ということだけを噂で聞いていて、中身を理解せずに安心してしまうことを防ぐため**です。揃えるべき詳細な書類については、弁理士にお任せすれば問題ないのですが、とにかく、**みなさんの方で覚えておかななくてはならないのは、救済措置も、「公開してしまってから1年以内が限度」であり、他者との関係では「限界もある」、ということ**です。

こればかりは、弁理士も時間を巻き戻せるわけではないので、どうしようもありません。1年過ぎてご相談頂いた方には、泣く泣く断念するしかないことを説明せざるを得ないのです。

3. 事前調査の重要性と外部支援活用

(1) デザイン開発の傾向と狙いの分野を定める

意匠権という世界に踏み込んだ皆さんは、**他社がデザインや機能戦略をどのように進めているか**を知った上で、**どう差別化や、今後力を入れていくべきエリア**を見つけていくかを見極めて、**デザイン開発を進める段階**に入ってきた、とも言えましょう。

つまり、**出願の有無に関わらず、デザインにこだわった製品開発や、機能が重視される分野に参入する際には、自然と知財の事前調査を組み込んでいくことが望ましい**のです。自社に知財部があればこのあたりの作業は日常業務となり、企業知財部と特許事務所はタッグを組んで行っています。しかし、知財部がない、人手が足りない、数をこなすほど多くない、という場合も、**お抱えの知財部を持たずに、その機能を特許事務所に担ってもらい、というやり方**があり、お薦めです。**意匠と特許は関係が深いので、意匠調査と同時に特許調査も含める、つまり、知財全体として、戦略を立てていくのが理想的**です。このあたりは、本知財教室の後半において予定している知財戦略論のところで詳しく解説を加えていく予定です。

色々な特許事務所・弁理士がいますので、(このあたり、価値観があう人同士だと、さらに強力なパートナーになりますから)皆さんに合った弁理士を顧問にして、できれば製品開発前から参加してもらっていて、彼ら彼女らのノウハウを入れ込んで同時に開発も進め、今後の展開も関係を

築いておくとうまいでしょう。また、特許事務所(昔から特許事務所と呼びますが、意匠も商標も、おおよそ対特許庁業務の全てを担っているのが弁理士です)の特徴の一つとして、**知財の国際性があり、特許事務所は海外の様々な法律事務所と緊密な関係を持っている**ことが多いです。輸出や輸入における侵害対策について、世界的な知財のネットワークも一気通貫で活用することができます。

(2) 社内の知財方針を作っておく

まず自社の現状において、自分たちは知財についてどういう関与の仕方を取るのがベストなのか(予算・人員・かけるべき時間と工数など)を顧問弁理士に相談するとよいでしょう。顧問弁理士・特許事務所の選び方としては、**他社の動向を調査・分析し、経営判断の材料を提言する「IPランドスケープ」と呼ばれているものがある**のですが、こうした提言に長けているチームを持っている特許事務所が好ましいです。IPランドスケープについても、本知財教室で解説をしていく予定ですが、そうしたチームと共に他社の市場戦略の検討も一緒に行いながら、そもそも意匠の出願が良いのか、特許や意匠や著作権周りは?という検討や、今は出さないけれども別の手段を考える、という戦術もありますので、いつでも相談して、事前調査をもとに、出願に際しては後れを取らないようにしておき、臨機応変に自社のいまの段階にカスタマイズした、身軽でフットワークの軽い動き方ができるようにしておければ、理想的です。

こうした事前の心持ちと準備体制を踏まえて、特許庁に対する出願の流れを見ていきましょう。以下は通常の出願の場合を念頭に解説していきます。例外かどうかも最初にご判断つきかねると思いますので、権利取得に関する個別のご相談は末尾の連絡先にご連絡下さい。

おさらい 先行意匠調査は必須

前回も事前調査の必要性について書きましたが、大事なことなのでもう一度、**出願前には先行意匠調査**を行いましょ。既に同じような意匠が公開されている場合には、登録を受けることができませんし、意匠権が設定されているものを無断で使うと**意匠権の侵害となる可能性**があるからです！

4. 出願書類の作成

通常、意匠登録出願に必要な書類は「願書」と「図面」の二つです。願書の記載事項もシンプルで、言葉で技術的なアイデアを書かなくてはならない特許の出願書類と比べると、だいぶ取り掛かり易いのではないかと思います。

他の書類としては、先に解説した新規性喪失の例外規定の適用を受ける場合や、早期に審査をしてほしい場合(出

願日以降に事情説明書の提出が可能)、震災復興などの特別措置を受ける場合など、**特別に考慮して欲しい審査上の事情がある場合には、適宜必要な書類を提出する必要がある**。詳細については弁理士にご相談下さい。

さて、書き方はシンプルだとしても、次に皆さんが悩むのは、**複数のデザインが思い浮かぶけれども、この場合、どのデザインをどのように出願すればよいのか**、ということではないでしょうか。商標でもどう出願するのがベストなのか迷いましたよね(ひらがなか漢字か、カタカナかアルファベットか、その両方か、ロゴタイプか、その組み合わせか、色彩の商標や音の商標、位置で見分ける商標など、様々なタイプの商標がありました)。

意匠も、そのデザインの態様によって、様々なタイプの意匠の出願が考えられます。このあたり、どう売り出すかによって、**パクリがどう発生するかの予測を立て、核心に当たるものは何かを明確にし、それを中心に重点的に守る算段を立て、予算に合わせて総合的に考えて出願方針を立てます**。これらのタイプによって、願書や図面の書き方も異なってきます。

5. 意匠のタイプ別出願方法を知る

(1) 全体意匠、部分意匠、関連意匠、組物の意匠とは

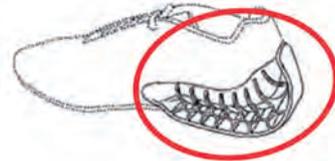
意匠のタイプには様々ありますが、まずは**意匠(部分意匠と区別するときには全体意匠と呼ぶ)、部分意匠、関連意匠、組物の意匠**という、**各意匠制度の違いを簡単に覚えて頂く**と良いと思います。

デザインを保護するには、そのデザインの特徴によって、**どういった点を特に重点的に保護したいのか**を明確にする必要があります。なぜなら、この重点こそが最も守りたい核であり、**知財戦略**というのは、この核(王様と呼んでも良い)を中心に、**陣形をどのように組んでいくか**、というものなのです。

そこで、**どういう攻防が予想されるのか**、つまり、市場でその製品が**需要者やライバルにどのように映り、どこでどのように取引されるのか**、**販売・取引の態様を想定した上での陣形の組み方を考えていきます**。例えば部品としても取引されるのか、特徴のある部分が核となり顧客吸引力を生じているのか、また**コンセプトに強みがありバリエーションのある製品デザインシリーズ**なのかなど、それぞれの強みが生きる権利として、**最適な権利範囲を形成して**けるように考えていきます。

簡単に解説すると、**全体意匠**というのは物品の外観デザインを保護するもので、**スタンダードな出願タイプ**です。これに対して、**部分意匠**というのは物品の外観の中でも**“特徴的な部分”のデザインを保護する出願タイプ**です。

特徴的なところだけをマネされて、全体としては似ていないからといって、**権利の網をすり抜けられてしまうのを防ぐ狙いがある制度**です。

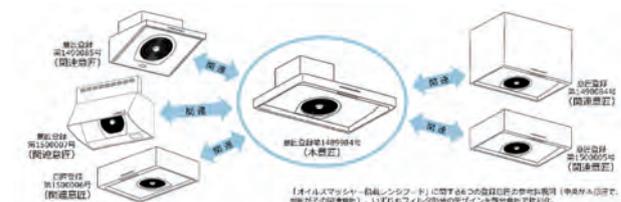


運動靴 意匠登録第1303974号

出典：かかると特徴のあるデザインの運動靴の部分意匠の例、事例から学ぶ意匠制度活用ガイド 特許庁

関連意匠ですが、先の全体意匠や部分意匠が、「一つのデザイン」で法設計が考えられているのに対して、しばし**デザイン開発**の場では、「一つのコンセプト」のもとに「複数のデザイン」、つまり「似通ったバリエーションのデザイン」で考えられていきます。そうになると、似通ったこれらのバリエーションのうちの一つを出願すると、あとは似ているとしてはねられてしまい、ひとつのコンセプトというアイデアの総体を意匠権によって守っていくことができません。これでは**デザイン開発がなされる実態に即して**おらず、**デザインに注力している会社の開発力をそいで**しまうこととなります。そこで、**一つのコンセプトに関連付けられた複数のバリエーションのデザインを保護できるように考え出された法設計が、関連意匠制度**です。近年の改正(令和2年4月1日施行)により、**関連意匠の権利はより柔軟な法設計**になってきており、お薦めです。関連意匠ではバリエーションのデザインをそれぞれ出願していきます。

また**デザイン開発の現場発想**だけでなく、**技術開発の現場発想**からも意匠の活用アイデアは生まれています。例えば、以下の図の例ですが、レンジフードにおいて、効率的に油を除去する**ディスク型フィルター(部品)**をどう模倣製品から守るかという観点から、この目立つフィルターを**デザインの捉える発想の転換**を行い、**販売で出回り**するような種類のレンジフードに**配置され**るような同フィルターのパターンを、それぞれ**部分意匠**として押さえ、こうして考えられた**部分意匠のバリエーションを関連意匠**とすることで、**技術的に優れたフィルターを意匠面からも手厚く保護する**、という工夫をされておられます。



出典：富士工業株式会社 家庭用レンジフード「事例から学ぶ意匠制度活用ガイド 特許庁」

さて、関連意匠と混同されがちな**組物の意匠**ですが、組物（セットもの、例えばティーセット）を**一つの出願で済ませることのできる制度**です。ただ、組物の意匠権はセットで威力を発揮する権利ですので、それぞれの構成物品（ティーポット、カップ、皿、スタンド等）毎に権利があるわけではなく、それらのうちの一つをマネされても、防ぐことはできません。



出典：一組の飲食用容器セット「事例から学ぶ意匠制度活用ガイド」特許庁

(2) 建築物の意匠、内装の意匠とは

令和元年の意匠法改正（令和元年5月17日法律第3号・令和2年4月1日施行）により、保護されることになった意匠です^{参考(2)、(4)}。これにより、**土地に定着した人工構造物（土木構造物を含む）**が、一定の要件を満たせば意匠法上の保護対象となり、**例えばオフィスビルや住宅、ホテル、競技場、各種商業施設、駅舎、空港、橋りょう、電波塔などが、新たに意匠の創作の対象**となりました。

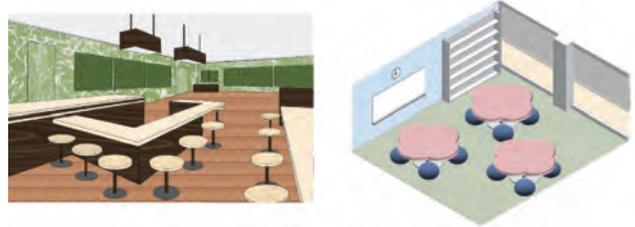


出典：意匠法上の建築物の例。オフィスビル、住宅、百貨店、学校、美術館。他に工場、事務所、競技場など。参考(4) 参照

内装の意匠も、一定の要件を満たせば意匠法上の保護対象となり、**店舗や事務所、観光列車や客船など、動産の内装も対象**となりました。こうした動きは建材試験情報をお読みの読者の方々には、特に影響が大きい改正であると思います。

令和6年1月15日に特許庁より発表された「改正意匠法に基づく新たな保護対象等についての意匠登録出願動向」によると、建築物は1,447件出願され、979件が登録となっています。着々と増えていますね。この分野に関して

は、まっさらな状態なわけだったので、法律改正は狙い目で、別業種から新規参入してくる余地が生まれません。新たな攻防が発生しますので、要注意の分野です。



出典：意匠法上の内装の例 喫茶店、幼稚園。他にホテルの客室、客船の内装やキャンピングカーの内装なども。参考(4) 参照

(3) 画像を含む意匠とは

画像を含む意匠も、上記の令和元年の意匠法改正で保護対象が拡充された意匠です。近年の技術進歩により、クラウド型のアプリサービスが続々と登場し、またセンサーと投影技術の発展によって人体や壁に投影される画像も登場してきています。そこで、従来では意匠法上の保護対象にはされなかった、物品に記録・表示されていない画像のデザインについても、**画像そのものを保護できるように**することで、意匠法上の保護対象にできるように改正が行われました。この改正により、IT事業のデザイン開発に投資する企業の意欲を後押ししています。

新たなITサービスを考える際には、ぜひそのユーザーインターフェースや意欲的なサイバーデザインを意匠権で保護することも考えてみてください。

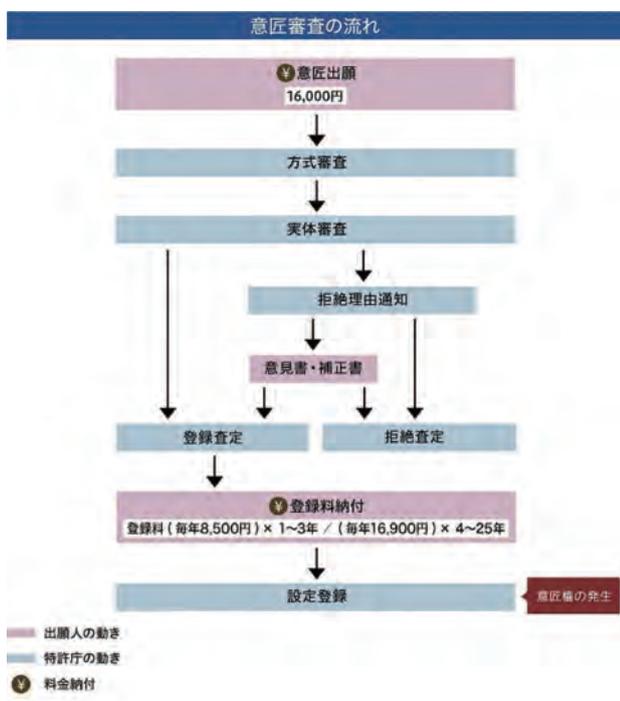
(4) 秘密意匠

意匠権の設定登録がされると、権利の内容が意匠公報により公開されます。しかし、その公開によって模倣・盗用される可能性があるため、**販売開始までは秘密にしておきたい**という場合には、**設定登録の日から3年間に限り意匠公報に意匠の内容を掲載しないことを請求**することができます。これが秘密意匠制度です。知財制度の中でも、秘密請求制度があるのは**意匠**だけです。この3年間の範囲内であれば期間の変更は可能で、秘密の請求は意匠登録出願時または設定登録料納付と同時に請求することが可能です。

さて、以上駆け足でポイントを絞った解説としましたが、**各意匠制度には、出願審査に置ける段階と、権利行使の段階において、それぞれに異なるメリットとデメリットが存在しています。それらを上手く選択したり、組み合わせたりして、企業の強み・開発現場の思想によって、意匠制度は様々な展開を行うことができる制度**です。ご興味のある方は拙書「弁理士にお任せあれ」(著 大樹七海、発明推進協会出版) P115以降をお読み頂ければと思います。

6. 出願書類の提出

これら出願書類作成に関する準備が済みましたら、いよいよ特許庁に提出です。特許庁に直接持参しても良いですし、郵送で提出される方もおられますが、特許事務所に頼む場合には、特許事務所は特許庁とやりとりを行う電子証明と専用のソフトウェアを整備していますので、電子出願で行います。この場合は電子化手数料が不要になります。電子出願ではない場合は、出願日から数週間後に送付される払込用紙を用いて、電子化手数料として2,400円+ (800円×書面のページ数) 分の納付が必要です。



出典：特許庁 初めてだったらここを読む～意匠登録出願のいろは～
<https://www.jpo.go.jp/system/basic/design/index.html>

特許庁へ支払う料金ですが、出願の際に納付する「**出願料**」と、登録になった際に納付する「**登録料**」の二つが必要です。特許の場合は特許の回で説明しますが、審査請求をしないと審査が始まりませんので、審査請求料も必要ですが、意匠の場合は出願すれば審査が開始される（全件審査）ので、**審査請求料は不要**です。従って、この16,000円で審査結果を得ることが出来ます。

7. 審査について

審査では、まず「**方式審査**」と呼ばれる形式面に問題がないかのチェックが行われたあと（出願書類のケアレスミスや、出願料が未納である場合など）、いよいよ中身について、特許庁の意匠審査官による「**実体審査**」が行われます。

実体審査としては、以下の様な要件が見られます。

- ①工業上利用できる意匠であるか
- ②今までにない新しい意匠であるか（新規性）
- ③容易に創作をすることができたものでないか（創作非容易性）
- ④先に出願された意匠の一部と同一又は類似でないか
- ⑤意匠登録を受けることができない意匠ではないか（不登録事由）
- ⑥意匠ごとに出願しているか（一意匠一出願）
- ⑦他人よりも早く出願したか（先願）

事前調査により、上記の要件を満たせるように出願書類を作成します。手続き面では、②は、新規性喪失の例外規定の適用を受けて、登録が可能となる場合があります。⑥の場合については、組物の意匠や、内装の意匠の場合は例外的に認められる場合があります。

8. 審査結果への対応

上記審査の過程で、審査官から要件を満たさないと判断された場合には、その旨のお知らせ（拒絶理由通知）が届きます。この内容をしっかりと吟味した上で、今度は登録査定がなされるように、審査官と書類のやり取りを行います。書類のやりとりだけでは不十分な場合には、面接を申し込むことも出来て、直接対面方式を避けて、オンラインによる面接も可能となっています（末尾の参考を参照下さい）^{参考(3)}。こうしたやりとりによって、審査官が懸念した拒絶理由が解消すれば登録査定が下り、解消されていないと判断された場合には拒絶査定が下ります。

この拒絶理由の解消の仕方ですが、自分勝手に意見を主張すれば通るものではなくて、法律に記載された所定の手順と方式に従って行う必要があります。拒絶の理由によって様々な解消の仕方があり、対象の性質、出願分野の傾向や事例、判例の蓄積、知財行政の近年の動向も見据えて応答します。適切な応答が出来ないと、あらぬ権利となり、取れるものも取れなくなってしまいます。詳しくは弁理士にご相談下さい。拒絶査定が下されてしまうと、権利の取得は出来ません。

ただ、拒絶査定を受けても、対応に当たった審査官の判断に不服のある場合には、民事訴訟法等で定められた厳格な手続きによる、より上級機関に判断を仰ぐことが可能です。この手続きを「**審判請求**」と呼びます。出願審査では1名の審査官により判断が下されましたが、審判では一般に十数年の審査官キャリアを積み、法定研修を修了した審判官3名（又は5名）で構成される合議体により判断が下されます。その決定に対しても不服であれば、更に上級審の知的財産高等裁判所へ提訴する道もあります。このあたり、国を相手にした係争の進め方の判断も、弁理士と相談しながら進めると良いでしょう。

9. 意匠権取得の手続き

現在、意匠権の権利化までの期間は平均7.4か月です。商標は9.6か月、特許は15.2か月なので、意匠権は比較的に早く権利を取得できます。拒絶理由がなかった、あるいは拒絶理由を解消できた場合には、登録査定が下りると書きましたが、まだ安心してはいけません。「登録料」を支払って始めて権利が発生します。この登録料ですが、どのくらいの期間、権利を保持したいかで維持費が変わります。意匠権の場合、最長25年間の権利を持つことが出来ますが、途中で権利を放棄することも可能です。1～3年目の間の登録料は8,500円/年で、4～25年目になると16,900円/年になります。従って、短い市場生命（短サイクル）の製品のケースや、特許権取得までのつなぎとして使うケースの場合では、出願料の16,000円と8,500円の最低24,500円で権利を取得することが可能です。

こうして登録料の納付も済みますと、登録証がもらえます。賞状みたいですね。ぜひ、額縁に入れて、飾ってみてください。社員の皆さんの見える所に掲げておくのも良いと思いますよ！知財意識が高まります。



出典：意匠登録証の見本「みんなの意匠権 特許庁」

むすびに変えて

今回は、日本で意匠権を取得する場合の手続きを中心に解説しました。意匠権を取得した後は、その権利を使って様々なビジネス展開に活用していくことができます。権利の活用面や海外展開については、また別の機会にご紹介したいと思います。

参考

(1) 意匠の新規性喪失の例外規定の適用（特許庁）

意匠の新規性喪失の例外規定を受けるための手続きについて、以下の特許庁のサイトに詳細な解説があります。よくある御質問がまとめられたQ&A集もあります。

<https://www.jpo.go.jp/system/design/shutugan/tetuzuki/ishou-reigai-tetsuduki/index.html>

出典：意匠の新規性喪失の例外規定の適用を受けるための手続きについて（出願前にデザインを公開した場合の手続きについて）、令和5年12月27日、特許庁審査第一部意匠課 意匠審査基準室

意匠早期審査(2)・早期審査制度の概要（特許庁）、更新日2023年2月17日

https://www.jpo.go.jp/system/design/shinsa/soki/isyou_soukisinri.html

(2) 令和元年意匠法改正特設サイト（特許庁）

意匠法の大改正があり、画像の意匠、内装の意匠、関連意匠制度など、さらに保護の拡充が図られています。

https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/seidogaiyo/isyou_kaisei_2019.html

(3) DX時代における意匠審査官とのコミュニケーション（特許庁）2023年5月更新

https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu/isho_communication.pdf

(4) 令和元年 改正意匠法対応 建築物・内装のデザインに携わる方向け 意匠登録出願の基礎（建築物・内装）（特許庁）

<https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/kenchiku-naiso-joho.html>

(5) 権利取得についての個別相談

ookinanami73@gmail.comへご連絡下さい。



profile

大樹七海 弁理士・作家（雅号）

<https://note.com/ookinanami>
政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人（理化学研究所、産業技術総合研究所）にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。著書『世界の知的財産権』（経済産業調査会）、『弁理士にお任せあれ』（発明推進協会）、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』（マスターリンク）、内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』（日本規格協会）、経済産業省「くらしの中のJIS」他。



～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.7

知財情報を活用して、事業経営を考えよう! IPランドスケープとは?

外からは自社は、どのように見えている?
～彼を知り己を知れば百戦殆うからず～

はじめに

先頃までは、知的財産の権利化に関するお話が続いていましたね。そのために権利にすることの意義や必要な作業について、お伝えしてきました。

今回は、いったん、自身のアイデアの権利化については、脇に置いておきましょう。そして「他社から自社がどのように見えているのか」、「他社はどのような取組みをしているのか」を知る、という観点から、「自社の強みと弱みを把握していく術」を身に付けていく話をしておきたいと思います。

この術を知っていることにより、市場の動向を掴み、他社の行動やアイデアを学んで、更に自身のアイデアもブラッシュアップすることができるので、よりよい権利化へと繋がり、知財力がアップしていきますから!

1. 知財情報とは

本講義の読者の皆様は、「経営や事業の方向性を判断する際に、知財の情報も活用できるようになったら、強いと思う!」との勘が働いていると思います。では、その知財情報とは、どのようなものなのか、から始めたいと思います。

知財情報とは、主に「特許」「実用新案」「意匠」「商標」の出願や権利化によって生み出された情報を指しています。従来型の調査は、「特許情報の活用」と銘打たれて説明されることが多く、以下に解説しておきます。

ちなみに、ここで云う「特許情報」とは、特許だけではなく(特許庁が、特許だけを扱っていないのと同じく)、**特許・実用新案・意匠・商標の出願や権利化に伴って生み出される情報**を指しています。私は混乱を避けるために、また、必ずしも特許・実用新案・意匠・出願の権利化に伴って生み出される情報に限るものでもないという意味合いも込めて、近年は「知財情報」と伝えるようにしています。さて従来から馴染みのある調査には、以下のタイプがあります。以下に簡単に各調査の目的を解説します。

- ①技術動向調査
- ②出願前の先行技術調査(新規性・進歩性調査)
- ③権利調査
- ④公知例調査
- ⑤企業動向調査

①「技術動向調査」

過去に存在した技術を把握してムダな重複研究を回避します。そして、今後開発すべき優れた技術を見出し、他社の権利侵害を回避する代替技術を把握して、知財紛争も回避します。

②「出願前の先行技術調査」

権利化すべきかの判断において、権利化の見込みのないムダな出願を回避したり、明細書作成における参考書として活用したりします。

③「権利調査」

権利侵害による製造販売中止・製造品破棄・損害賠償請求を未然に防止するために、しっかり調査を行う必要があります。権利範囲を特定した上で、場合によって代替技術の開発・ライセンス交渉・製品名やマークの変更等を検討します。

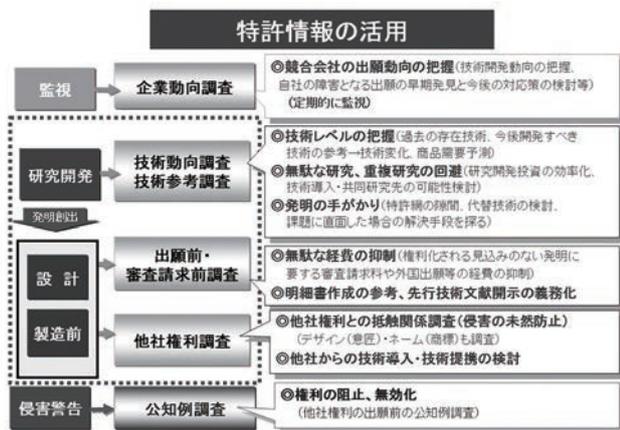
④「公知例調査」

他の権利者から警告を受けた場合等の対抗手段として、その権利を無効化するために出願前の公知例を調査します。

⑤「企業動向調査」

事業戦略のために競合他社の研究開発動向等を調査します。他社の出願動向を継続的に監視し、自社の障害となる出願の早期発見に努め、場合によっては特許庁に情報提供を行い、権利化を防ぎます。

こうした調査は、つまり権利化にあたり、どのような権利を取るべきか、そもそも権利にはなるのか、取るとどのようなメリットがあるのか、あるいは取らないとどのようなデメリットがあるのか、に主眼が置かれた調査となります。伝統的な調査項目と呼んでもよいでしょう。



出典：特許庁 2023年度知的財産権制度入門テキスト

2. 知財情報の活用・IPランドスケープとは

続いて、近年の知財情報の活用、IPランドスケープ (IPL) について簡単に解説します。

知財情報は、公開情報がベースにありますから、合法的に他社の状況を知る事ができます。逆に言えば、「公開されている重要な情報を知らない」というのは、ただ単に情報を取りにいないだけで、場合によっては、怠慢だと思われても仕方のないところがあるかもしれませんし、そうした情報を精査して、ポイントを絞り、積極的に経営陣や事業陣に提供して、上層判断と現場の方針を繋ぐことが出来れば、大変に重宝されます。

経営では常に重要な判断を迫られるので、判断の根拠となる情報を正確に収集することが必要となります。このような経営や事業上の課題に対するヒントに資するためになされる調査分析手法の全体を、近年、「IPランドスケープ」*と呼ぶことが多いです。IPとはIntellectual Property (知的財産)の略で、ランドスケープ (landscape)の訳は風景・景観・見通しで、要するに、知財の公開情報を中心に、戦略的に、自社の置かれている状況/景観を俯瞰する手法だとイメージして頂ければ良いかと思います。

知財情報の調査にあたっては、末尾のコラムに掲げたデータベース等を使用します。

※『知財人材スキル標準 (version 2.0)』(特許庁2017公表)において戦略レベルのスキルとして定義づけられています。

3. IPランドスケープの目的

皆様のご興味のあるところとしては、「調査結果をどのような目的に使うのか?」、そもそも、「どのような目的のために、どのような調査を行うものなのか?」ではないでしょうか。

「経営戦略に資するIPランドスケープ実践ガイドブック」

(特許庁2024年公表)に掲げられている、以下の代表的な4つの大項目(事業戦略、技術開発戦略・知財戦略、パートナーリング、活動の外部向け可視化)に仕分けされた①~⑬の目的について、簡単に解説を加えていきたいと思えます。

大項目	小項目	IPランドスケープ実施の目的	
事業戦略	共通	①技術・プレイヤーのトレンド分析	
	既存事業		②企業の強み/弱みの整理
			③新規顧客の探索
			④新規用途探索
			⑤有望新規領域探索
	新規事業		⑥想定競合企業の抽出
技術開発戦略・知財戦略		⑦出願を注力すべき領域の特定	
		⑧自社の知財上のリスクの洗い出し	
		⑨特許活用先の探索	
パートナーリング		⑩パートナー候補企業の抽出	
		⑪パートナー候補企業の技術力・知財力評価	
		⑫自社とパートナー企業との想定シナジー評価	
活動の外部向け可視化		⑬CGC対応	

出典：「経営戦略に資するIPランドスケープ実践ガイドブック」特許庁2024年

(1)「市場を把握する」

まず事業戦略の項目ですが、これは「市場を把握する」という風に捉えて頂ければと思います。「いま来ているトレンド、これから来るだろうと各社が予測しているトレンド」を把握し、その市場における各社の出願件数や開発状況のデータを見ていくことにより、「自社の手薄な部分や、気づいていなかった強み」に至るまで、炙り出していく調査となります。

また、「気づいていない」という観点では、今まで分野が異なるために、競合とはみなしていなかった企業をマークしたり、新規事業の立ち上げに際しては、逆に先行企業からマークされる立場になりますので、自社のポジション

がどこにあるのか、ということであったり、新規顧客開拓先の企業候補を見つけるのに役立っています。

(2)「知財戦略」

技術開発戦略・知財戦略の項目は、従来からの知財情報活用にあたるもので、「**自社の知財パワーの発揮**」における調査です。このケースは、既に、特定の分野における知財の取得経験のある方々に向けて、今後の知財取得の方向性や、既に取得している知財の更なる有効活用について、調査結果に基づき戦略を立てていきます。

ちなみに、知財戦略というのは、当然ながら、他社の動きも自社の動きも、社会の動きも、時々刻々と変化しているので、方針を立てる時はもとより、定期的なモニタリングとフィードバックを行います。

(3)「仲間探し」

パートナーリングの項目ですが、要するに「**仲間探し**」です。市場において、できる限り、仲間を増やしたいものですね！その時に、「**仲間になって欲しいと思う相手先候補を探索**」し、そして、「**その相手とどう仲良くなれると思うのか、仲良くなった先には、どのような未来を描けると思うのか**」、そうした相性と今後を推し語るのに、知財情報を含めた調査分析が生きるのです。

(4)「外部評価の眼」

コーポレートガバナンスコード (CGC) は、企業の経営体制や意思決定プロセスを適切に構築し、株主や利害関係者の利益を守るための仕組みのことで、2021年6月の改訂により、上場企業は、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ています。自社が保有する知的財産、ノウハウ及びそれらの活用戦略や、SDGs対応状況等について整理し、公開する情報を作成するのにIPランドスケープが用いられています。

4. 分析手法のバリエーション

「**どういう風に分析するの？**」ということについて、簡単にでもイメージできると良いですね。そこで、「**経営戦略に資するIPランドスケープ実践ガイドブック**」(特許庁2024年公表)にて、分析手法についても紹介されていますので、お読み頂ければと思います。特にスタンダードに思われる幾つかの直感的なイメージ図を中心に、簡単に解説を加えたいと思います。

(1) 技術開発状況の可視化 (バブルチャート)

図1は、「バブルチャート」と呼ばれるものです。母集合となる特許出願の抽出に技術が要りますが、そうして抽出

したデータを、下記のケースでは、「ある課題において、どの技術が使用される傾向にあるか」について、視覚的にわかりやすく表しています。

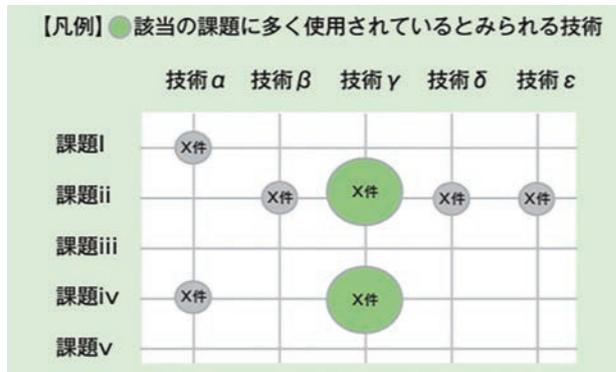


図1 技術開発状況の可視化 (バブルチャート)

(2) 技術開発状況の可視化 (テキストマイニング)

図2は「テキストマイニング」によるマップ作成例です。下記のケースでは、対象技術Aを構成する主な技術郡を出願からクラスタリングして、マップ表示にしています。

例えば以下では、各技術要の関係性 (例えばここでは技術αと技術β、技術γと技術δに相関又は類似性があることが伺える) であったり、点の濃くなっている技術βは、開発が活発である等の情報が読み取れます。



図2 技術開発状況の可視化 (テキストマイニング)

(3) 業界の各市場における主要プレイヤー把握

図3は、スケールを大きくして、業界全体のプレイヤーをマップ化したものです。それぞれのセグメント (各市場) における主要なプレイヤーを、市場レポート・事業情報・出願数等から抽出することにより、整理していきます。このケースでは、スマートシティをテーマに様々なセグメントを設定し、細分化を試みています。

	インフラ業界向け アプリ A社、B社	自動車業界向け アプリ C社、D社	医療業界向け アプリ E社、F社	XXXX G社、H社
セグメント	データ分類 I社、J社	データ統合 K社、L社	分析 M社、N社	XXXX O社、P社
	クラウド Q社、R社	通信 S社	XXXX T社	XXXX U社
	スマートホーム デバイス V社、W社	モバイル向け デバイス X社	スマートフォン Y社	XXXX Z社

各セグメントの更に細分化したセグメント

図3 業界のセグメント毎の主要プレイヤーマップ

(4) 自社の知財力の把握

図4は、製品毎の特許の実施率を調べたもの、図5は、その製品ごとに関連する技術や出願の詳細を把握するもので、こうした情報を収集し整理していくことで、権利維持の判断や権利の活用における判断資料にしていきます。



図4 出願の実施率評価

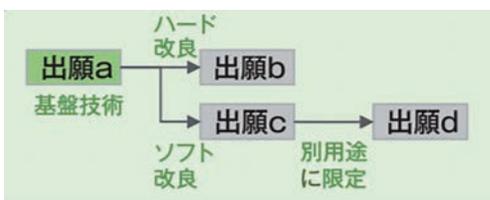


図5 特許の整理

(5) 他社動向・市場動向を時系列にて整理する

図6は、対象領域の母集団を抽出して、出願年と技術の件数を追ったもので、技術のトレンドを見ていきます。次の図7では、このトレンドを踏まえて、他社の事業化のタイミングと紐づけ、各社毎の参入時期等について時系列で整理を行い、他社の知財戦略を考察していきます。



図6 出願年と技術の件数推移グラフ

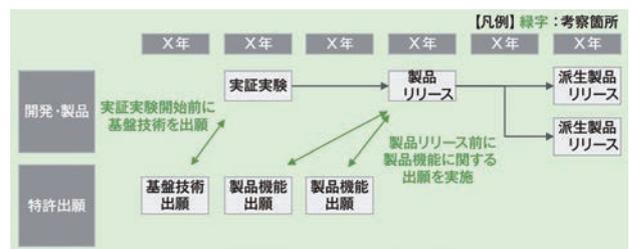


図7 事業・知財の時系列整理による戦略考察

(6) 潜在的なニーズより アイデアや新規顧客を探す

自社の技術をどのように展開していくかですが、自社出願の被引用出願から、想定外の活用領域や製品・用途等のアイデアを得る手法も有効です。

図8に示すような分析フローにより、異業種領域への適用や、自社技術を適用する製品案、新規用途のアイデアといったヒントを得るのに活用できます。続いて、図9は、自社製品を記載してくれている各種情報源を探索し、そこから見込みのありそうな顧客の候補リストを作成し、企業規模や現行の調達先等から、新規営業の余地を検討します。

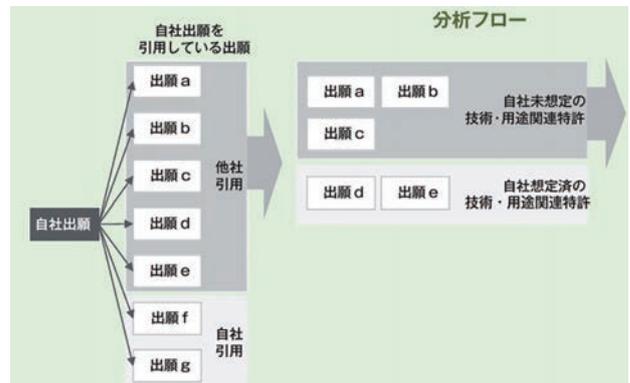


図8 分析フロー-1

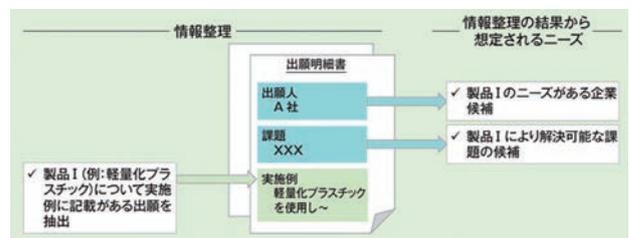


図9 分析フロー-2

以上、幾つかの分析手法を紹介しました。分析手法は他にも目的や用途に応じて様々にあるのですが、ここで大事なのは、「はじめにどのような目的で調査を行うのかを明確にすること」と、「その調査結果を有効に分析して、実際にどのような行動に結びつけるべきかまで、指針を立てていくこと」にあります。

5. IPランドスケープの活用

土木・建築分野から取組事例をご紹介します。このケースでは、建設工事・建設資材販売事業を行う企業の方が新工法を開発されました。その新工法は、かつての東日本大震災における大きな被害をきっかけに、独自に画期的ともいえる液状化対策技術の開発に至ったものです。

その新工法は、従来の地盤改良技術と比較しても、低コストかつ容易に施工可能であり、地震時の液状化による二次被害を抑制し、平常時には圧密沈下や路面の亀裂を防ぐなど、きわめて優れた工法ではあるものの、地方の中小企業が開発した全く新しい概念の工法ということもあり、業界で採用されるまでには、なかなか至ることができず、行き詰る状況におられました。

コラム IPランドスケープで使用される知財情報

参考までに、知財のプロフェッショナルが使っているデータベースの一部をご紹介します。一般の方でも **J-PlatPat** による簡易検索にて大まかな感覚を掴むことができます。プロの検索では、どこの国の、どの分野のどの領域を、どの程度の精度で、どのようなプロセスで調査すべきか、の判断を、クライアントの希望と予算と時間制約内に合わせた中で打ち出し、最高の調査結果を提供することが、腕の見せ所です。調査においては、そうしたプロセスを明確に設定することで、致命的な検索漏れを防いでいるのです。

そうした調査指針を打ち立ててからの結果を読み取り、クライアントにとって必要かつわかりやすくイメージができる各種の分析手法にて提示し、現状の問題点の指摘と将来への提言を含めた報告まで行えるのが、一流のIPランドスケープ専門家です。そうした外部専門家を活用して、コツを掴んでいって頂ければと思います。

データベース名	内容
J-GLOBAL	国立研究開発法人 科学技術振興機構が提供する総合的学術情報データベース
Cytoscape	生物学界隈のオープンソース
Google Patents	世界中の特許の翻訳や技術論文、書籍の整理とラベル付けを行うデータベース
J-PlatPat	独立行政法人工業所有権情報・研修館が提供する特許情報プラットフォーム
KIPRIS	韓国特許情報院が提供する特許情報
Espacenet	欧州特許庁が提供する特許公報の検索と機械翻訳を行うデータベース
Patent Center	米国特許商標庁が提供するサイト
Patent Public Search	米国特許商標庁が提供する1790年以降の米国特許を収録した特許検索データベース
開放特許情報データベース	独立行政法人工業所有権情報・研修館が運営するウェブサイト
AMED 研究開発課題データベース	国立研究開発法人日本医療研究開発機構 (AMED) が助成するデータベース
arXiv	Cornell Universityが運営する物理学、数学、計算機科学などの論文が公開されているウェブサイト
EDINET	金融庁が運営する電子開示システム
大手メガバンクの業界レポート	みずほ銀行 https://www.mizuho.com/corporate/bizinfo/industry/index.html
	三菱UFJ銀行 https://www.bk.mufg.jp/rept_mkt/
	三井住友銀行 https://www.smbc.co.jp/hojin/report/
Google Scholar	学術文献を検索するためのウェブサイト
WIPO IP Portal	世界知的所有権機関 (WIPO) が提供するポータルサイト
GRANTS	国立研究開発法人科学技術振興機構 (JST) が推進する研究課題統合検索
KAKEN	国立情報学研究所が運営する科学研究費助成事業データベース
PubMed (米国国立医学図書館)	医学雑誌に掲載された文献データベース
researchmap (JST)	研究者の業績を管理・発信するデータベース型研究者総覧
経済レポート情報ナレッジジャングル	経済レポートやニュースのポータルサイト
情報通信統計データベース (総務省)	情報通信に関する各種統計データベース
成果報告書データベース (NEDO)	実施プロジェクト・調査等の成果報告書
大学発ベンチャーデータベース (経済産業省)	経済産業省が毎年調査する「大学発ベンチャー実態等調査」データベース。

そこで、IPランドスケープを依頼し、まず業界の技術動向を把握して、弊社工法が採用されるのに何が不足しているのかのヒントを探り、関連技術の分析を通じて、競合技術の存在の有無、競合他社の取り入れている工法、業界全体における技術動向等を把握して、同社独自の新工法の普及のために不足している点や解決すべき課題、他社技術に対する優位性等を明らかにすることにしました。こうした分析を踏まえて、「具体的な活用法提携先候補のリストアップ」を行いました。

また、他社の競合技術を精査することで、同新工法の特許権が満了する10年後を見据えた更なる改良工法の開発のヒントも得ようと考え、「他社の関連技術を施工法改良の検討材料に活用」されています。

IPランドスケープを通じて、経営者・事業者・開発陣・知財専門家が活発に意見交換し、継続した調査報告活用をされている好例です。

6. むすびに変えて

結論から言うと、IPランドスケープの目的とは、現在抱えている問題の所在や、その解決のためのヒントを「見える化」することに尽きるかと思います。

「見えていない」ということにおいて、例えば、「新たな市場が見えていない」ケースであったり、また、市場は見つけているけれども、競合他社が増えてきたため、「どう差別化していったらよいかが見えていない」ケースであったり、「新たな連携相手が見えていない」というようなケースというのが多いと思われます。その解決のヒントを見えるようにしていくことが目的であると思います。

例えば、新たな市場探索であれば、自社と類似技術で展開している市場を見てもありますし、差別化ということであれば、自社と他社の強みを踏まえて、展開していく方向性を探索し、連携相手の探索では、自社の強みとの相乗効果で、各種条件を設定し、価値を生み出せる相手をリストアップしていく作業という風に、調査・分析の方向性を検討していくこととなります。

IPランドスケープはそのために用いられるもので、従来の特許調査に加えて、例えば、連携相手の技術だけではなく、従業員数や事業所の所在地、バリューチェーンやサプライチェーンといった販売網の有無、加工設備を有している、資本提携かどうか、など、より事業と経営に近い検討のための方向性も絡めて提言していく点において、より威力を発揮していく手法となり得ます。

自社の今や未来が「見えていない」という場合、それをブレイクダウンして、一つずつ課題を「見える化」し、そのためのヒントやお手本となることも「見える化」していき、そうした情報を、自社の現在位置と将来の方向性への道筋として、皆で共有することで、持てる力を効率よく最

大限に発揮していかれて欲しいと願っています。

ご相談等ございましたら、事案に応じて適切な専門家・専門チーム・機関へとお繋ぎ致します。「IPランドスケープ相談」と明記し、下記にご連絡頂ければと思います。(大樹七海 ookinanami73@gmail.com)

参考

- (1) 2023年度知的財産権制度入門テキスト(特許庁)
https://www.jpo.go.jp/news/shinchaku/event/seminar/text/2023_nyumon.html
- (2) 知財人材スキル標準 (version 2.0) 平成29年4月(特許庁)
https://www.jpo.go.jp/support/general/chizai_skill_ver_2_0.html
- (3) 「経営戦略に資する知財情報分析・活用に関する調査研究」について、令和3年4月(特許庁)
<https://www.jpo.go.jp/support/general/chizai-jobobunseki-report.html>
- (4) 「経営戦略に資するIPランドスケープ実践ガイドブック」, 2024年4月24日(特許庁)
<https://www.jpo.go.jp/support/example/ip-landscape-guide/>
- (5) 令和5年度特許庁産業財産権制度問題調査研究「知財情報等分析・活用を通じて実施するIPランドスケープの具体的手法に関する調査研究」
https://www.jpo.go.jp/support/example/ip-landscape-guide/document/index/all_guidebook.pdf
- (6) 令和4-5年度 IPランドスケープ支援事業 市場・戦い方・連携相手を見極めるIPランドスケープマニュアル (INPIT)
<https://www.inpit.go.jp/katsuyo/ipl/index.html>
- (7) 特許情報分析支援事業2021年度支援事例集 (INPIT)
<https://www.inpit.go.jp/content/100875632.pdf>
- (8) 特許情報分析による中小企業等の支援事例集事業戦略に結び付く分析結果の活用法, 2020年 (INPIT)
<https://www.inpit.go.jp/content/100872508.pdf>
- (9) 特許情報分析による中小企業等支援事例集, 2019年 (INPIT)
<https://www.inpit.go.jp/content/100872420.pdf>
- (10) 特許情報分析による中小企業等支援事例集, 2018年 (INPIT)
<https://www.inpit.go.jp/content/100872421.pdf>



profile

大樹七海 弁理士・作家(雅号)

<https://note.com/ookinanami>
政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所・産業技術総合研究所)にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。著書「世界の知的財産権」(経済産業調査会)、「弁理士にお任せあれ」(発明推進協会)、「ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産」(マスターリンク)、「内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。



～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.8

はじめて特許を考えたい! 発明と特許の関係 特許を取る人が目指していること

1. はじめての特許

『大樹七海の知財教室』はいよいよ、特許の回に入りました。既に特許活動を行っている人たち向けの情報や専門書は分野毎にあります。『特許を遠い存在に感じている人に向けて』は、ニーズがないと捉えられ(本当は隠れたニーズがあると思いますが)、そうした方々と専門家をつなぐ、取り掛かり(歩み寄り?)が難しいことから、殆ど存在しないのではないかと思います。

そこで、本稿では、**中小企業や個人事業主の方で、「はじめて特許を考えてみたい」という方**に向けて、導入として読みやすく書いていきたいと思います。手続き編は多くの情報が出ていますので(特許庁のホームページ等)、次号以降に簡単に、見方や使い方を紹介していきます。

2. 特許の知名度抜群、 さらに発明はもっと有名

さて、知的財産権の中で、最も良く知られている「著作権」と聞けば、皆さんの中に、音楽や本やドラマのイメージが広がると思います。本教室の第1回目も著作権でした。次に第3回・第4回目で扱った「商標権」も、近年は商品やサービスの名称、ロゴを守るときに必要なという認識が高まっていると思います。一方で、第5回・第6回で扱った「意匠権」は、知名度はまだ低いような気がしますが、実は**特許との相性が良い**ことを解説しました。

まだ本教室で扱っていない、「**実用新案権**」ですが、多くの方にとって、聞いたことはあるけど説明できない、という感じだと思います。しかし、中小企業や個人事業主の方にとっては、実用新案権はむしろ近い存在です。後で解説を加えていきます。

今回のテーマである「特許」ですが、**知的財産権の中でも抜群に高い知名度**を誇ると言われます。他の知的財産権に比べて格段に、「(他社に)取られたらマズイもの」、「(自社が)取ったらスゴイもの」というイメージがあると思います。

そして、「**発明**」は、「特許」よりも、知られている言葉だと思います。むしろ「**発明**」こそ、**知財の中で1番知名度の高い言葉**なのではないかと思います。

3. 発明は誰もが行ったことがある!?

「発明」は、例えば「タイムマシンを発明した」というエンターテインメントの世界でも、「必要は発明の母」といった日常用語としても、かなり気楽に使っている言葉だと思います。新しいことを思い付き、これで画期的なことができる!と思ったことに対して、「発明したよ!」と、ちょっと誇らしげに、あるいはちょっと大げさにユーモアを込めて言う事もあるでしょう。発明は誰しもが一度は口にし、無意識にしていることもあるのではないのでしょうか。

ひとは創意工夫をする生きもので(サルやカラス等の動物も、道具編み出す様子が観察されていますが)、必要に応じて、あるいは願望に基づき、日々どこかで大なり小なり発明を生んでいるので、「**発明行為というのは、実はそれほどハードルの高いことではない**」のです。そういえば、最近筆者が考えた発明は…おっと、それをここで言ってしまったら、公表したことになってしまいますね!内緒にしておきましょう!

4. 「発明」と「発見」のちがいは?

ちなみに、「発明」と「発見」は、ときどき混同して扱われることがあります。科学上、発見をした、例えば「新しい元素を見つけた」としても、その発見が、ひとの創意工夫の上に見つかったならば、その新たな相違工夫の「**アイデア**」は発明ですが、発見の方は、昔から存在する既存の「**事実**」が明らかにされたもので、「**発明**」と「**発見**」は、「**アイデア**」と「**事実**」として区別されます。

5. 発明家の気質

発明ですが、科学の原理が解明されていなくても(なぜ、そうした自然現象が起きるのか理由がわからなくても)、その科学を用いる創意工夫により、社会の問題を解決する、一定の効果を上げられることができれば、発明です。

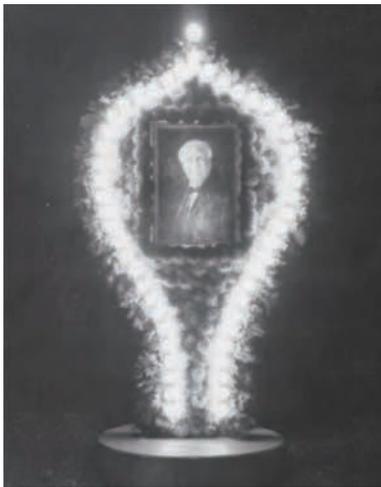
そして、特許が取れるのは「**発明**」であって「**発見**」ではありません。ここに、科学者と発明家の間には、大きな違いがあります。**もし特許を取りたいのならば、「意識的に創意工夫を行い」、「効果に注目して」、「発明」という行為をしなければならぬ**ということです。科学者は原理を追

求し、発明家は、世の中の課題に対して有効な解決アイデアを追求していきます。ですから、日頃から、どうかして世の中を便利にしたい、楽しくしたい、という思いが強い人ほど、創意工夫に長けてくるので、頭の中は発明の宝庫となるでしょう。

また、発明というと、電球の絵を思い浮かべる人が多いのではないのでしょうか。これは、発明王エジソンのイメージが大きいからでしょう。

エジソンはこのような言葉を残しています。

「発見と発明を混同している人がいるけれど、発見は偶然の産物で、発明は努力である」



出典：Model of incandescent lamp illuminated at night for Light's Golden Jubilee.

“白熱電球 50 周年式典での夜の粋なライトアップ”
連載「発明事業列伝 第 10 回「さようならエジソン
その 9 (エジソン編完結) 著・大樹七海」より

6. 基礎科学のエンジニアリングと「強い特許」

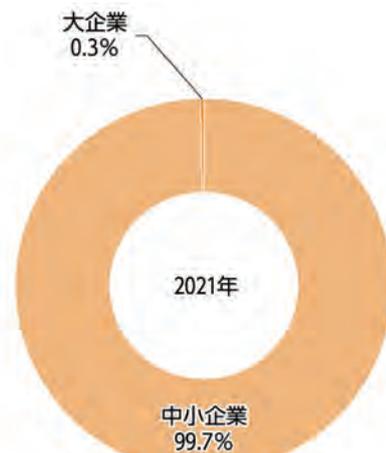
特許というのは、科学技術を使い、新たな社会的課題にチャレンジするアイデアを生んだ、才気溢れる発明家、エンジニア、起業家を認定し、彼ら彼女らに産業創出の法的保護を与えようとする制度として存在し、これにより、科学技術で社会を発展させ、我々の文明を進めていくことに貢献できるよう、バランス調整がなされています（また、そうされるように、我々は社会と法律を律し、整備していく努力が求められています。）

したがって、科学技術と切り離しては考えられず、また、科学技術というと、それこそ、本誌の読者である土木工学や建築、化学、物理、数学の出身のみなさん、また他分野としては、情報科学やバイオ、医学薬学、農学等、様々な分野があり、かつそれが複合的にまたがっているでしょう。そうしたこともあるので、他分野からみれば、それぞれ未知の世界で難しいと感じますし、一般からは益々とっつきにくいと思われるところかもしれません。

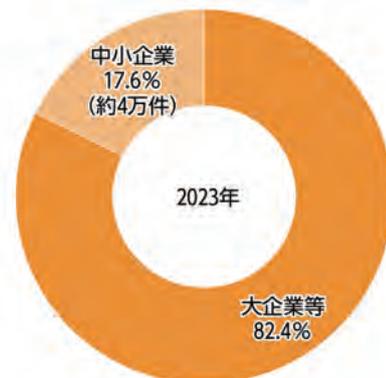
しかし、「エンジニアリング」と言い換えてみると、我々が中学や高校で習った基礎科学（さらに大学や大学院となると専門を深める応用科学になっていきますが）をベースに、数学・化学・物理学（といちいち意識せずともよく）の知識を利用してなされる、「日々の改善と工夫のこと」と思えば、一気に身近な存在として捉えられるのではないのでしょうか。

コラム 中小企業の出願 初の4万件超え！

現在、特許の大部分は大企業から出願されており、日本の企業の0.3%を占める大企業からの出願が全体の82.4%を占めています。しかし、大企業の出願減少傾向に対し、中小企業からの出願件数は伸びており、2023年には初の約4万件超えを記録しました。中小企業からの特許出願かつ知財を活用する中小企業の裾野は広がってきています。



全企業数 約338万社



内国人による特許出願件数 約22.9万件

※内国人とは筆頭出願人が、日本国籍である人
出典：特許行政年次報告書 2024 年版

たとえば、「もっと軽く」「もっと安く」「もっと安全に」「もっと簡単に」「もっと外れにくく」「もっと混ざりやすく」、あるいは、「もっと楽に会計処理が終わらないか」「もっと見やすくないか」「もっと心地よくしてほしい」、というような願いを叶えるために、日々改善し続けられている**技術的なアイデア**といえましょう。高度過ぎて複雑で難しく、分かる人も扱える人も限られ、適用範囲が狭過ぎるような技術や、莫大なお金をかけないとできない技術よりも、**シンプルで、誰もが使い易いような技術的アイデアによる発明が、産業創出を支える性質を持つ「特許」ともなれば、その価値は、非常に高く、「強い」と言われるものとなるのです。**

7. 「発明王」エジソンは、「特許王」

子供の頃から、アイデアのかたまりであった発明王エジソンは、全米発明家殿堂第1号であり、授与されるメダルのデザインにもなっています。エジソンは個人最多で米国で1093件、外国では1239件もの特許を取得しました。発明の数は、特許にした数よりもずっと多いので、「生きることすなわち発明すること」がエジソンの人生でした。

さて、ここで面白いのは、**白熱電球の理論に繋がる科学的成果を出した人も、白熱電球の発明をした人も先におられたのですが、「特許」の権利取得で勝ったのがエジソンだった**ということです。エジソンは白熱電球の特許を皮切りに、大規模に世界的に、総合的な電力事業を展開していたため、白熱電球の発明者はエジソンというイメージが出来上がっているのです

その逆で、電話の発明者は、グラハム・ベルのイメージが強く、ベル研究所由来のAT&Tがアメリカの電話事業を独占することになるのですが、エジソンも電話を発明していました。エジソンは耳が不自由でしたから、蓄音機の発明も、電話の発明も、クリアな音の伝達方法には、かなりの思い入れがありました。しかし、エジソンは特許申請書類の不備その他諸々で、「特許」取得でベルに負けてしまい、悔し涙を飲んで、電話事業から撤退しました。そのため、**電話の発明者はベルで、エジソンというイメージは残っていません。**

ちなみに、ベルも白熱電球を発明していましたが、エジソンに特許取得で負けました。エジソンは白熱電球の発明の特許取得で、ベルにリベンジを果たしました。(連載『発明事業列伝』エジソン編 著・大樹七海より)

8. 発明者はたくさん、でも特許権者となるには

このように、発明は、多くの人が、おそらくは、大なり小なり、日常においてもしている行為でもあり、また、世の中の課題について、日夜それを専門として追求している人たちもいて、そこで発明は生まれているわけです。しか

し、こと特許になると、これは、同じ発明に対して、たった1つの権利しか認められません。

じゃあそのたった1つの権利の所有者を、どのように決めるのでしょうか。エジソンとベルの例でわかるように、**真っ先に、その発明を特許にしようと、特許庁に適切に申請(出願書類を揃えて提出)した人に与えられます。**つまり、「早いもの勝ち」です。ここに、大変な競争がある、という事が、おわかりいただけたでしょうか。

9. 弁理士のしごと・特許取得のエキスパート

世の中には沢山の仕事があります。例えば、新聞記者は、ニュース価値のある情報を持つ人に、インタビューをし、その内容を、正確性を保ち、社会的背景を踏まえ、社会的に受容される言葉に変えて、いち早く、記事という形にして、新聞社に送ります。記事は新聞社で校閲されて、そのニュースは世の中に伝達されます。

ここに、「**弁理士**」という、**国家資格を持った人達**がいるのですが(私もその1人ですが)、この弁理士、というのは、**発明をした人に、インタビューをし、その内容を、正確性を保ち、技術的背景を踏まえ、法律的に受容される言葉に変えて、いち早く、特許明細書という文面にして、特許庁に送ります。特許庁に出願された特許明細書は、原則公開され、その発明は世の中に伝達されます。**

弁理士は、エジソンの時代よりも前から、真っ先に権利を取りたい発明家たちのニーズに応じて、各国の方針や各種手続き期限に極めて鋭敏に対応し、戦略性を持って、特許の権利取得に対応しています。そうして、特許が認められた発明家は、その発明を使用する様々な権利を、有償でも無償でも他社に与えることができるようになり、自由に使い道を定めることができるようになります。(弁理士を使う利点・その仕事と依頼方法についての解説は、「**弁理士にお任せあれ**」著・大樹七海をお読み頂ければと思います)

10. 特許を取る人が目指していること

発明を特許にするには、労力と資金がかかります。詳しくは次号以降で解説します。

ひとは、欲しいものに対価を払いますので、発明家が欲するものは何か、とお思いでしょう。

特許取得の目的として、主に以下が挙げられるでしょう。以下は、**特許を取るという手段を選ぶ際に得られる効果であり、より大きな効果を得られるべく検討すべき事項**でもあります。そして**特許取得だけでなく、他の手段とも合わせて、その目的を達していくこと**になります。

・「発明家として名前が記載される」

公的記録として世界的に証明ができ、名誉ともなります。新たな発明を生んだ人として敬意が払われます。

・「自分の発明の使い方をコントロールできる」

使わせてあげる相手を選ぶことができ、使用条件（地域や期間や使い方など）を設けることができ、自分のアイデアの使い道を、自分で自由に決めることができます。

・「一攫千金!？」

簡単にはいきませんが、その発明が事業に貢献したことにより（発明をして、特許をとっただけで終わりではダメです）、億万長者になる人がいます。

・「信用が得られる」

技術力がある会社とみなされます。他社に権利行使を受けて事業がストップする危険性が低くなり、安定した経営ができるとみなされ、総じて取引先や金融機関からの信頼が増します。

・「競合他社へのけん制となる」

競合他社が特許を見て、攻撃の手を緩めることがあります。

他社は、特許を回避するよう設計変更を余儀なくさせられる結果、製造コストが上がり、競争力に差がつくので、当該市場への参入が遅れたり、諦めたりする場合があります。

他社の模倣行為をやめさせることができます。模倣行為により損害が発生すれば、賠償請求をすることもできます。

・「アイデアで仲間を増やし、仲間とともに成長する」

ライセンスを供与したり、供与されたりすることで（クロスライセンスと呼びます）グループを形成し、新市場を作ったり、グループ内での開発製造コストを下げたり、開発スピードを上げたりすることができます。

・「広告・宣伝になる」

技術力のある会社だと見られ、金融機関からの理解や信頼度が増します。特許は公開されていますから、その発明に興味のある企業や顧客から注目され易くなり、協業相手や販売先を紹介してもらえたり、顧客が優先的に選んでくれたりすることに繋がります。

他にも色々あるかと思いますが、特許を取る皆さんは、このようなことを目指しているのです。

11. 発明の特許にすること

これまで、大なり小なり、みなさん発明をしたことがあるのでないかと話してきました。でも、「特許になる発明」となると、だいぶ絞られてきます。また、お金と労力をかけてまで「特許を取りたい発明」と言い換えても、だいぶ絞られてくるでしょう。

12. 特許にならない発明

発明の特許にしてもらうには、書類を揃えて、特許庁に提出し、その発明を審査してもらうための手続きを行います。すると、特許庁の審査官が、特許にしても良いかどうかの審査を開始します。

その審査官が、法律・規則の他に、審査の際に用いているのが、「審査基準」という虎の巻で、こちらも公開されています。審査基準には法的拘束力はありませんが、技術革新のペースは法律改正よりも速く、また曖昧ではっきりとしないものなので、その間を補うべく、柔軟に、実務上の経験や最新の知見から、法律の運用方法を考えて作りあげられてきたものです。

この審査基準により、個々の審査官の見解をできるだけ統一させ、審査の公平性が保たれるよう配慮し、審査のポイントを公開することで、世の中を変えてしまいそうな新技術の権利取得についても、混乱が少なくなるようにしているのです。そのため、審査官も弁理士も、こちらをしつかり読み込んで、権利取得のためのやり取りをしています。

以下に、かなり簡単に、特許にならない発明を審査基準から解説します。

(1) 法律に定める発明にあたらぬ発明

日常では、SF的なひらめきも、発明という言葉をあてますが、特許法が保護対象とする発明は、自然法則にのっとり、その自然法則自体ではなく、それを利用した技術的なアイデアに限定しています。ですので、永久機関のような実現不可能なアイデア、発見された天然鉱石、自然法則自体であるエネルギー保存法則、人が勝手に決めたルール等は、特許にすることはできません。

(2) 産業やビジネスに用いられない発明

人道上、一定の懸念のある医療行為や、学術的・実験的にのみ使われる発明、個人的にのみ使われる発明等は、特許法の目的とする産業やビジネスの枠内に入らず、特許になりません。

(3) 新しさのない発明、容易に思い着く発明

これは、言葉にすると簡単ですが、大変難しく、奥深いところであり、特許制度が始まって以来、ここが1番の争点です。世の中に既にあり、新しさのない発明は、「新規

性がない発明」として、特許になりません。また、世の中にまだなくても、容易に思い着くような発明も、「進歩性がない発明」として、こちらも特許にはなりません。例えば、単なる設計変更や、既に知られている発明を単に寄せ集めたにすぎない発明等が該当します。このあたりは次回、更に解説します。

特許にするには、発明家&弁理士は、新しい発明であるとか、簡単に思い着く発明ではない、ということ、証拠を出し、理論立てて、特許庁の審査官を説得していくのです。

(4) 既に出願されている発明

先願主義といって、先に出願している人が権利を取得できますので、後出しになってしまった場合は、原則、権利がとれません。

以上、基本ルールとしては、上記に当てはまらない発明であることを意識して、特許明細書を作成する必要があります。それでは、実際の発明からの特許事例をみてみましょう！

13. 商品化・事業化における特許事例をみてみよう

特許庁・工業所有権情報研修館 (INPIT) の支援事例報告から、建設業を営む中小企業の方々による、タイプの異なる

事例を簡単にご紹介します。(詳細は参考文献のINPIT支援事例をお読み下さい)

(1) 家族の介護経験から生まれた日用品発明の商品化 「ドリンクホルダー」 有限会社 都土木



出典：INPIT 知財総合支援窓口支援事例のホームページ

有限会社 都土木様 (従業員3名) は一般建築基礎工事をされている企業でいらっしゃいますが、**ご家族の介護経験から生まれたドリンクホルダーの発明品を市販したいと望まれました。**そのドリンクホルダーは、ご高齢になりベッドやソファで過ごす時間が長くなった方々が、手軽に飲物を楽しむことができるよう、多様な形状やサイズの飲料容器 (カップやグラス、湯呑、缶、ペットボトル) を保持し、

コラム 簡単な発明が権利になる？ 実用新案権とは

さて、特許の説明をしてきましたが、ここで**実用新案**について解説を入れたいと思います。**実用新案権とは、「考案」に対して取得できる権利です。「考案とはなにか」**ですが、法上の定義では、「発明」の定義から「高度」を抜いたものとなっています。

発明の定義：「自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のもの」(特許法2条1項)
考案の定義：「自然法則を利用した技術的思想の創作」(実用新案法2条1項)

この高度かどうかの判断は、**考案者の主観**によるもので、つまり、自分で「簡単な発明だなあ」と思うなら、それは考案になります。ですから、**自分では考案だと思っても、他者からみたら、それは発明だよ、**ということもあり得ます。従って、この辺りは弁理士に相談した方が良いでしょう。

また、実用新案で取得できる考案は、「**物品の形状、構造又は組合せ**」に係るものに限り (実用新案法第1

条)。ですので、たとえば、**ビジネスモデル**のようなアイデアは、特許にできても、実用新案登録はできません。

この実用新案権制度が出来た経緯ですが、**まずは小発明でも、まだ発明に慣れていない人達に権利を取れる道を用意して、いずれは大発明の特許にチャレンジしてもらおう、**という成長を促す意味合いがありました。

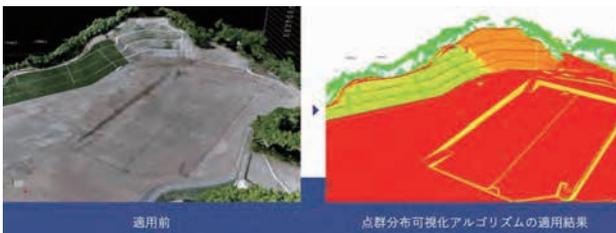
そのため、特許との違いは、いわゆる審査をせずに権利を与える方式にて、その分費用が安く、早期に権利が取得でき、権利保護期間も短く (特許は出願日から20年ですが、実用新案権は出願日から10年) 設定されています。

しかし権利ですので、先に出願された実用新案権を理由として、後から出された同じ考案や発明を排除することができます。一方で、実用新案権に基づいて、たとえば侵害とみなされる行為をやめさせようとするときは、無審査で与えられた権利ですから、このときは特許庁に権利の評価をしてもらう「**実用新案技術評価書**」を取り寄せ、肯定的な評価が得られていることに留意し、注意して行う必要があります。

不安定な場所でも使用できるように開発されたものです。

試作品を作られ、知財の専門家やデザイナーによる、製品化・市販化に向けた知的財産権の保護やデザインブラッシュアップの支援を受けて、特許権、意匠権を取得し、市民祭りに出展したところ、人気投票で1位となり、タウンニュースやTV放送等に取り上げられました。知財保護をなされているので安心ですね！どんどん露出を増やしていきたいですね！現在はさらに介護レベルの高い方々に向けた改良品等を開発されておられます。

(2) ITコンサルサーサービス発明の事業化 「クラウドCADサービス」アイコンヤマト株式会社



点群分布可視化アルゴリズムの適用例(平面図向け)

出典：アイコンヤマト株式会社ホームページ

アイコンヤマト株式会社様(従業員37名)は建設コンサルタント業種の企業でいらっしゃいます。

同社は、BIM/CIM (Building/ Construction Information Modeling)：建設・土木事業の品質向上や生産性向上を目的とする全体の取り組みを指します。具体的には、構造物や建設現場等の情報を3次元モデルにて構築したものを、計画・設計・施工・維持管理プロセスを関係者間で共有し、建設生産・管理・利活用システムを一元化して、全体の効率化と高度化を目指します)が将来本格的に運用されることを見越して、クラウド型のCADサービス事業を考えました。それは、CADソフトに、同社の自動図化システム(特許技術の「点群分布可視化アルゴリズム」、「自動図化AI」を活用し、点群データから自動で平面図を作成できる仕組み)を組み合わせたサービスの創出、というビジネスモデルとして結実します。

このビジネスモデルの事業化を望まれ、IPランドスケープ(前回参照)による調査を依頼されました。同調査により、事業開始の際には、競合他社と比較することの重要性を感じられ、また技術開発では特許調査の必要性と、調査の考え方も理解されたとのこと。顧客と協業の市場を明確化しターゲティングを行い、自社の強み弱みを把握し、同モデルの公開/非公開部分の検討や試作と試用を通じ、知財専門家の支援とともに、事業に必要な販売・知財戦略を立案した上で、特許出願、商標出願を行われました。

社内で発明発掘はされていたので、その体制を整えるための社内規定もこの機に知財専門家の力を借りて整備され

ました。また事業ローンチにあたっては、オープンソフト利用規約の確認とビッグデータ利用のための契約作成も、知財専門家の支援を受けられました(知財に関する社内規定・契約等については、今後の連載回で設けたいと思います)。現在、事業のローンチ、そして拡大にむけて邁進されておられます。

14. むすびに変えて

特許はハードルが高いと思われていることが多いので、あえて、発明という人間本来が持つ創作行為から、スタートしました。これにより、発明と特許の関係について、それぞれのハードルの違いが見えてきたのではないのでしょうか。また、特許と実用新案の違いも、整理できたのではないのでしょうか。そして、特許を取る人は「何を目的としているのか」というところで、より特許を目指すことへの具体性が、はっきりしてきたのではないのでしょうか。

次号以降は、特許の取得について、より詳しい解説や注意点の解説に入っていきます。

参考文献

- (1) 特許行政年次報告書2024年版(特許庁)
<https://www.ipa.go.jp/resources/report/nenji/2024/index.html>
- (2) 特許・実用新案審査基準(特許庁)
https://www.ipa.go.jp/system/laws/rule/guideline/patent/tukujitu_kijun/index.html
- (3) 連載中「世界の著名な特許にみる世紀の発明事業列伝」大樹七海, 月刊知財ぶらずむ, 発明推進協会 ※エジソン編は第2回から第10回, 2023年3月号から11月号
- (4) 『弁理士にお任せあれ 特許・商標・意匠 早道解決』, 大樹七海, 発明推進協会, 2020年
https://www.gov-book.or.jp/book/detail.php?product_id=351789
- (5) 知財総合支援窓口 知財ポータル, 支援事例・窓口支援(事例集), 特許庁・INPIT
<https://chizai-portal.inpit.go.jp/supportcase/>



profile

大樹七海 弁理士・作家(雅号)

<https://note.com/ookinanami>
政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所、産業技術総合研究所)にて半導体・創業研究開発・国際業務を経て弁理士。著書『世界の知的財産権』(経済産業調査会)、『弁理士にお任せあれ』(発明推進協会)、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』(マスターリンク)、『内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。

～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.9

はじめての特許出願：勘所シリーズ

 先願主義・新規性喪失の例外規定・秘密保持契約・出願公開とノウハウ・共同発明・職務発明・世界特許はない
 特許は権利書であり技術文献・先行技術調査・出願審査請求と早期審査・各種費用

1. 特許出願を行う際の勘所

今回は、手続き編です。特許出願について、特許庁を行う一般的な手続きの流れを取り上げます。初めて特許出願をする場合の勘所を取り上げていくものですが、実際には個々の案件に応じて、極めて細部に渡り、様々な点に留意して慎重に進めていく必要があります。

本誌面上では限りがありますので、個々の事例に対応できる、特許出願手続きのプロフェッショナルである弁理士について、次回以降に解説を加えたいと思います。

2. 特許出願について知っておくべきこと

(1) 早いもの勝ち

現在、特許出願は「先願主義」とよばれる考え方にに基づき、先に出願をした方に、権利が与えられる仕組みになっています。同じ発明について、原則、先に出願された発明のみが特許になり、後に出願された発明は特許を受けることができません。

詳しくは▶ [特許庁「特許・実用審査基準 第三部 特許要件第4章 先願\(特許法第39条\)」](#)

コラム 同一発明が同日に出願された場合

もし、二つ以上の同一の発明が同日に特許庁に出願された場合には、それぞれの出願人に特許庁から協議指令が来ます。そして出願人たちは、協議により一の出願人としてまとめて特許庁に届け出ます。もし協議が成立しない、または協議をすることができなくなれば、いずれの出願人も特許を受けることはできないのです。(特許法第39条)

(2) 出願するまで公表しない

特許出願以前に発明を公表した場合は、原則、特許を受けることはできません。救済規定として、**新規性喪失の例**

外規定

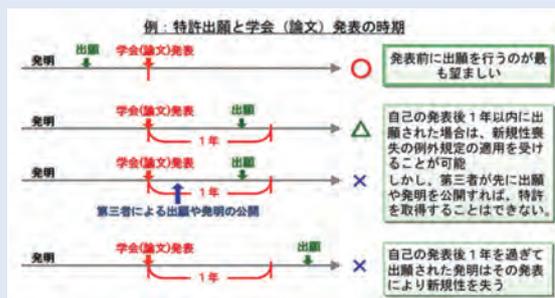
というものがあありますが、同規定は万能ではありません(後述)。ですから、可能な限り早く出願を済ませ、それから他人に話したり、プレスリリースやカタログを頒布したり、学会や論文の発表、展示会の出品等を行いましょ。なお、弁理士への事前相談は心配ありません。それは弁理士には守秘義務があるからです。弁理士ではなく、他人に発明を説明する場合には、**秘密保持契約**(後述)を結んでおきましょう。

コラム 新規性喪失の例外規定(救済規定)

特許法では、一定の期間内及び一定の条件の範囲をもって、出願前公表における救済規定(発明の新規性喪失の例外規定 特許法第30条)が設けられており、同規定の適用を受けるための手続きをすることにより、新規性が喪失されなかったとみなされる場合もあります。

しかし、同規定は万能ではありません。公表から1年が過ぎていれば、同規定の救済は受けられませんし、第三者が先に出願や公開をしていたりする場合には、同規定の救済に関係なく、特許を受けることはできません。また、外国で権利を取る場合には、各国で制度が異なりますから、特許を受けることができなくなる可能性もあります。

詳しくは▶ [特許庁「平成30年改正法対応・発明の新規性喪失の例外規定の適用を受けるための出願人の手引き」](#)、[「平成30年改正法対応・発明の新規性喪失の例外規定についてのQ&A集」](#)



出典：特許庁「発明の新規性喪失の例外規定の適用を受けるための手続について」令和6年8月29日

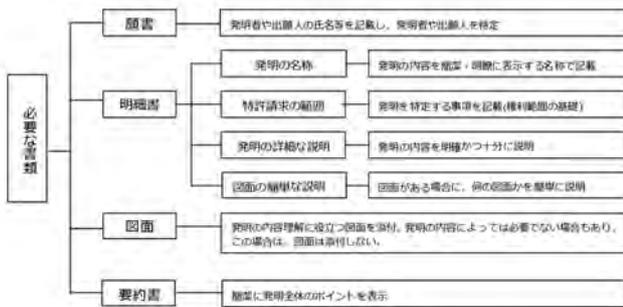
コラム 秘密保持契約 (NDA)

秘密保持契約 (NDA : Non-Disclosure Agreement) は、ビジネスに際して相手に開示する秘密情報を、本来の目的外での使用や第三者への開示や漏えいを防止するために締結するものです。一般的には以下の事項を規定します。

- ・ 機密情報の定義：機密情報とする情報の規定
- ・ 守秘義務：情報の取り扱いについての規定
- ・ 例外事項：情報の開示が許されるケースの規定
- ・ 期間：守秘義務が有効となる期間の規定

上記に違反した場合には損害賠償等の対象となります。商談や業務委託、共同研究開発、M & A等様々な場面で用いられています。

(3) 特許権の権利範囲は明細書等の記載により判断



出典：特許庁編「工業所有権標準テキスト」

特許出願は、願書に明細書、特許請求の範囲、必要な図面及び要約書を添付して特許庁に提出します。

権利の範囲はどこまで及ぶのか、というのが極めて重要になるわけですが、特許権の権利の範囲は、出願時に特許庁に提出した明細書等を基礎として、特許請求の範囲に記載された技術的内容に基づいて定められます。従って、**特許請求の範囲**は、権利書の内容を画すものとして、最も重要です。

特許請求の範囲の記載は、裏付けがあり、明確で、簡潔に記載する必要があります。それらが守られていない場合には、審査が通らず、特許を受けることができません。なぜなら、そうした特許が認められてしまえば、第三者が不当にその権利による制約を受けることになり、また権利者自身も無用の争いに対処しなければならないので、経済活動の安定性が損なわれてしまうからです。

詳しくは ▶ [特許庁「特許・実用新案審査基準 第II部 明細書及び特許請求の範囲 第2章 特許請求の範囲の記載要件」](#)

(4) 実施できる程度に発明の内容を書く

特許は権利書としてだけでなく、**技術文献**としての役

割を持ちます。そのため、その発明の属する技術の分野における通常の知識を有する者が、その実施をすることが求められる程度に明確かつ十分に記載したものであることが求められます。つまり、アイデアだけでは不十分で、当該分野のある程度の能力を有するひとが読めば、その発明を実施できる程度にまで、具体的に構造や作動等を記載していなければなりません。そのため必要に応じて、発明の実施の形態を用いた実施例を記載します。

詳しくは ▶ [特許庁「特許・実用新案審査基準 第II部 明細書及び特許請求の範囲 第1章 発明の詳細な説明の記載要件 第1節 実施可能要件\(特許法第36条第4項第1号\)」](#)

(5) 出願の内容が公開される

原則、国内出願は、**出願日から1年6か月経過後に、権利になるかどうかに関わらず、公開特許公報にて公開**されます。なお、1年6か月が経過する前に、特許出願が取下げ・放棄・却下・拒絶査定が決定している場合には原則、公開されることはありません。

そのため公示される発明として、特許の権利の力を使って技術を守るか、ノウハウとして自社の力で秘密を守り通すか、あらかじめ検討しておく必要があります。ノウハウとして自社の力で守る場合は、他社から受ける特許の権利行使も想定して、自社で備えておくべき体制を構築している必要があります、メリットとデメリットを秤にかけて検討します。

ちなみに、出願公開の意義は、重複した研究開発や出願の無駄を防ぎ、技術の進歩を促す技術文献として、世の中に貢献することを目的としています。特許権の独占権というのは、率先して技術を世の中に公開してくれた発明者へ、その貢献に対して与えられるのです。

公開されると模倣の危険性も高まります。そのため、出願公開により、**補償金請求権**という権利が認められるようになります。特許権を取得する前に、その発明を実施されてしまった場合には、然るべき警告を行い、特許権取得後に、この補償金請求権を行使することにより、遡って実施料相当額の支払いを求めることができます。(特許法第65条)

(6) 共同発明に留意する

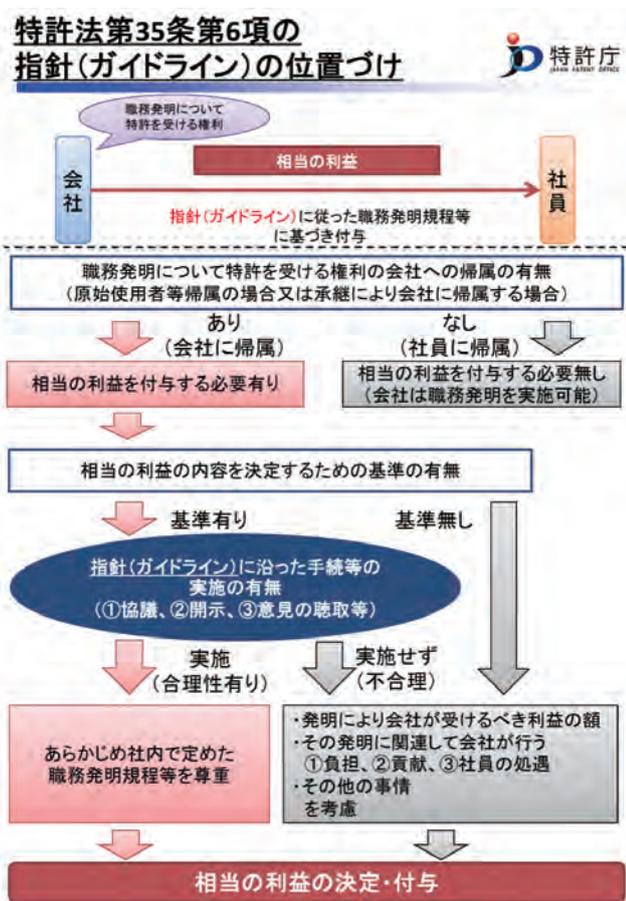
複数人が関わる発明の場合には、単独出願に比べて、発明者の認定、権利の分配、利益の分配、秘密保持など、後の紛争に備えて様々な点に留意する必要があります。例えば、製造委託やライセンス契約をする場合にも、事業を撤退して権利の持ち分を売る場合にも、その都度様々な制約が生じてきます。そのため、あらかじめ共同出願契約で取り決めをしておきましょう。(特許法第38条他)

(7) 職務発明に留意する

職務発明とは、従業員等がした発明であって、その性質

上使用者等の業務範囲に属し、かつ、その発明をするに至った行為がその使用者等における従業者等の現在又は過去の職務に属する発明をいいます(特許法第35条)。職務発明で重要なのは、企業や研究機関等に雇用されている者が、その業務に関連して行った発明の利益配分については、どうあるべきか、ということなのですが、発明者と企業等のそれぞれの寄与を考慮すべく、対価の支払いや発明褒賞制度などの取扱い等に関して各種調査研究が重ねられています(詳しくは、を参照)。そうした研究を踏まえて特許庁が公表しているガイドライン等を考慮して、社内規定を併せて整備しておきましょう。

詳しくは▶ [特許庁「職務発明制度について」](#)、[「特許法第35条第6項の指針\(ガイドライン\)」](#)、[「中小企業等の皆様へ～職務発明規程の導入～」](#)



出典：特許庁「特許法第35条第6項の指針(ガイドライン)」

(8) 世界特許は存在しない

日本の特許法に基づいて取得した特許権は、日本国内でのみ有効です。これは**属地主義**とよばれています。そのため、海外での事業を検討している場合は、その国での特許出願も考慮に入ってきます。

コラム 海外に特許出願を行う2つの方法

- ①各国に直接出願する方法
- ②PCT(特許協力条約)を利用する方法

なお、PCTを利用するPCT国際出願は、「世界特許」ではありません。現在、まだ世界特許というものは存在していません。PCT国際出願は出願手続きを国際的に統一したのみで、各国で権利を取得できるかどうかは、最終的に各国の特許庁の実体審査に委ねられます。

3. 出願前に行うこと

これから特許を受けようとする発明もしくは、それに類似する発明が、既に出願されていないかどうかを調査する必要があります。これを「**先行技術調査**」と呼びます。発明に関連する分野の出願公開公報、特許公報等を調べます。調査の重要性については、[連載第7回目](#)も併せて考慮下さい。

コラム 特許サーチャー

先行技術調査を専門とする職業を、特許サーチャー(特許先行技術調査員)とよびます。特許サーチャーは特許事務所、企業の知財部、特許庁が審査官の審査スピードアップのために委託している民間の調査機関等に所属していることが多いです。

コラム 特許情報プラットフォーム(J-PlatPat)

特許情報プラットフォーム(J-PlatPat: Japan Platform for Patent Information)は、特許庁が運営するサイトで、日本の特許情報を提供しています。また、特許検索や分析ツールも提供されています。

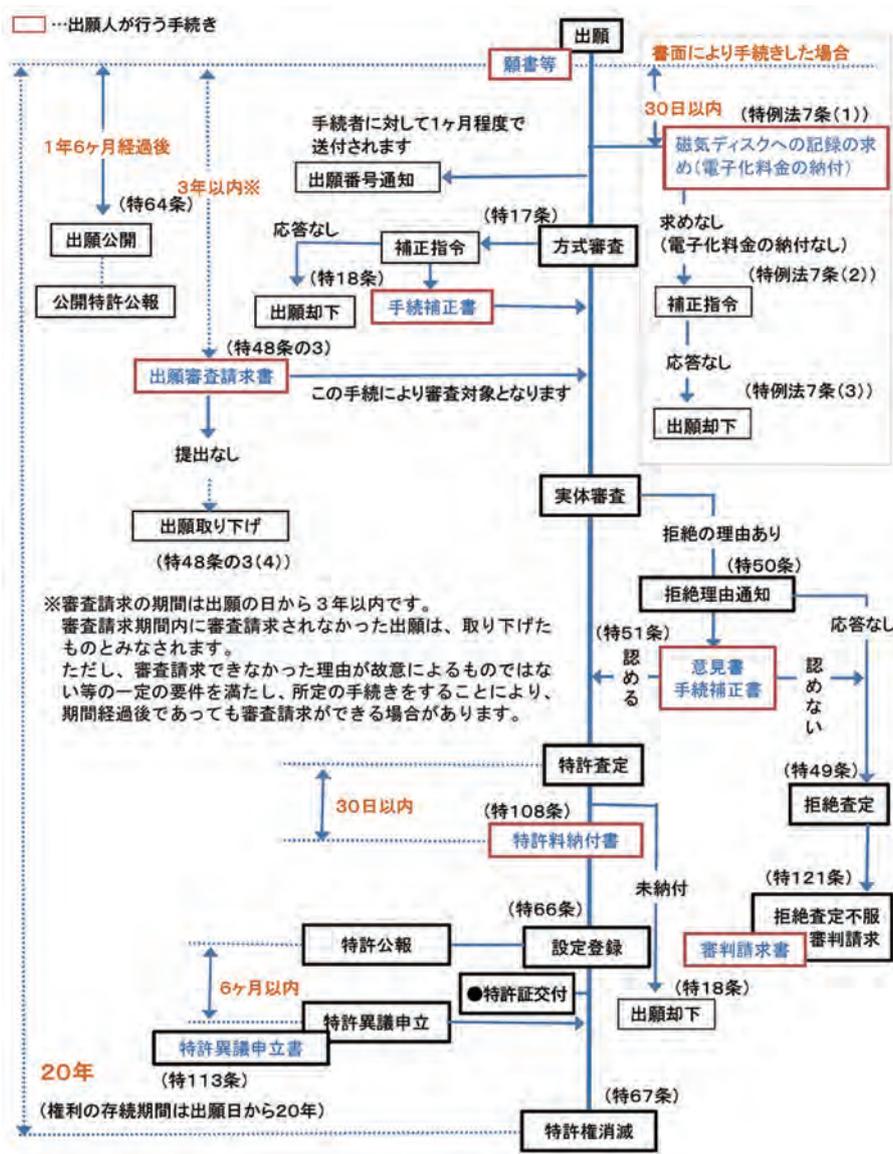
詳しくは▶ [特許情報プラットフォーム\(J-PlatPat\)パンフレット・マニュアル・講習会テキスト等の提供](#)

4. 特許出願の流れ

特許取得までの流れを以下のフロー図を使い、説明します。費用については次の項目で説明します。

特許出願

特許出願は、願書に明細書、特許請求の範囲、必要な図面及び要約書を添付して特許庁に提出します。なお、新規性喪失の例外の規定の適用を受けたい場合は出願と同時にその手続きも行います。



出典：(独) 工業所有権情報・研修館 (INPIT) 知的財産相談・支援ポータルサイト

詳しくは ▶ [特許庁「出願の手続\(令和6年度版\)第二章 特許出願の手続 第十一節 出願と同時にする手続の方式」](#)

(1) 出願書類等の提出の仕方



出典：特許庁「出願の手続(令和6年度版)電子出願の概要」

出願書類の特許庁への提出の仕方には、①書面を持参して特許庁の窓口へ直接提出する方法、または書面を郵送する方法と、②オンラインによる電子手続きを行う方法の二通りがあります。

書面により手続きをする場合は、「特許印紙」を書面に貼付します。その後、出願日から数週間後に送付される払込用紙を用いて、電子化手数料として2,400円+(800円×書面のページ数)を納付します。

②のオンライン手続きの場合は、事前に出願ソフトをダウンロードして電子証明書の取得等を行います。弁理士(特許事務所)に依頼する場合は、通常オンライン手続きで特許庁への出願等や特許庁からの書類の受取を行いますので、電子化手数料は不要です。

詳しくは ▶ [\(独\)工業所有権情報・研修館\(INPIT\)知的財産相談・支援ポータルサイト「各種申請書類一覧\(紙手続の様式\)」](#)

(2) 形式面の不備を見る方式審査

特許庁が出願を受領すると、形式面の様式チェック（方式審査）が行われます。

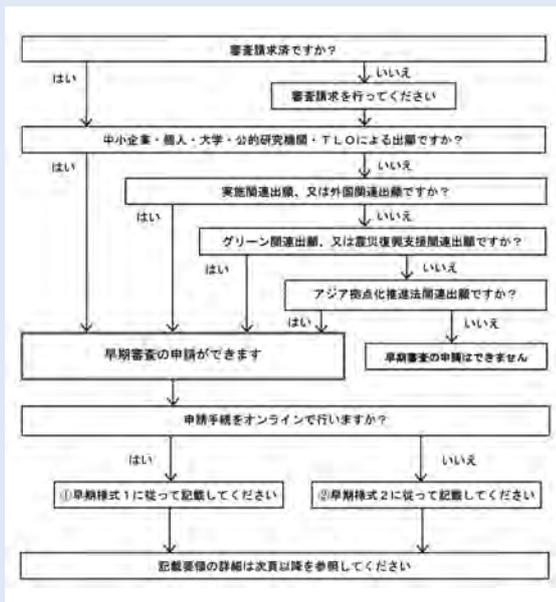
コラム 早期審査・スーパー早期審査の申請

所定の要件を満たす以下のいずれかの特許出願であれば、早期審査の申請を行うことができます。早期審査の申請は、審査請求手続きと同時に行うことができます。

- ①中小企業、個人、大学、公的研究機関等の出願
- ②外国関連出願
- ③実施関連出願
- ④グリーン関連出願（省エネ、CO₂削減等の効果を有する発明）
- ⑤震災復興支援関連出願
- ⑥アジア拠点化推進法関連出願

また、所定の要件を満たす以下のいずれかの特許出願は、スーパー早期審査の申請を行うことができます。

- ①実施関連出願かつ外国関連出願
- ②スタートアップによる出願であって実施関連出願



出典：特許庁 早期審査の申請手続フロー

通常の審査では、最初の通知（ファーストアクション）が来るのは9.5か月後（2023年度実績[※]）ですが、早期審査で2.2か月（2023年度実測）、スーパー早期審査だと1か月以下の早さで来ます。

※ファーストアクション期間：審査請求から、審査官による審査結果の最初の通知（主に特許査定又は拒絶理由通知書）が出願人等へ発送されるまでの期間の年平均。

出典：特許庁「特許行政年次報告書 2024 年版」

詳しくは ▶ [特許庁「出願の手続（令和6年度版）第十四節 早期審査の手続」](#)、[「特許出願の早期審査・早期審理について」令和6年1月](#)

(3) 手続の補正

出願手続きの不備により、特許庁より補正指令がきた場合には手続補正書により応答し、不備を解消します。ここで適切に応答しなければ、出願は却下され、特許を受けることができません。なお、却下処分に不服があれば、所定期間内に行政不服審査法による審査請求をすることもできます。

詳しくは ▶ [特許庁「出願の手続（令和6年度版）第二章 特許出願の手続 第二十節 手続の却下と補正指令」](#)、[「電子出願ソフトサポートサイト 申請書類の書き方ガイド 手続の補正」](#)

(4) 出願審査請求により実体的な審査が開始する

特許出願の場合は、出願しただけでは内容面の審査はされません。出願してから3年以内に「出願審査請求書」を特許庁に送付し、所定の手数料を納付して、審査請求を行う必要があります。そうすると審査の順番待ちに入って、特許審査官による審査（実体審査）が行われます。

なお、出願審査請求がなければ、出願は取り下げられたものとみなされます。（特許法第48条の3）

詳しくは ▶ [特許庁「出願の手続（令和6年度版）第十三節 出願審査の請求」](#)

(5) 拒絶理由通知

特許審査官による審査により、拒絶理由通知を受けた場合は、意見書や手続補正書の提出により、拒絶理由を解消し、特許査定に導くよう応答します。大変重要な段階に当たります。

詳しくは ▶ [特許庁「特許の拒絶理由通知書を受け取った方へ」](#)

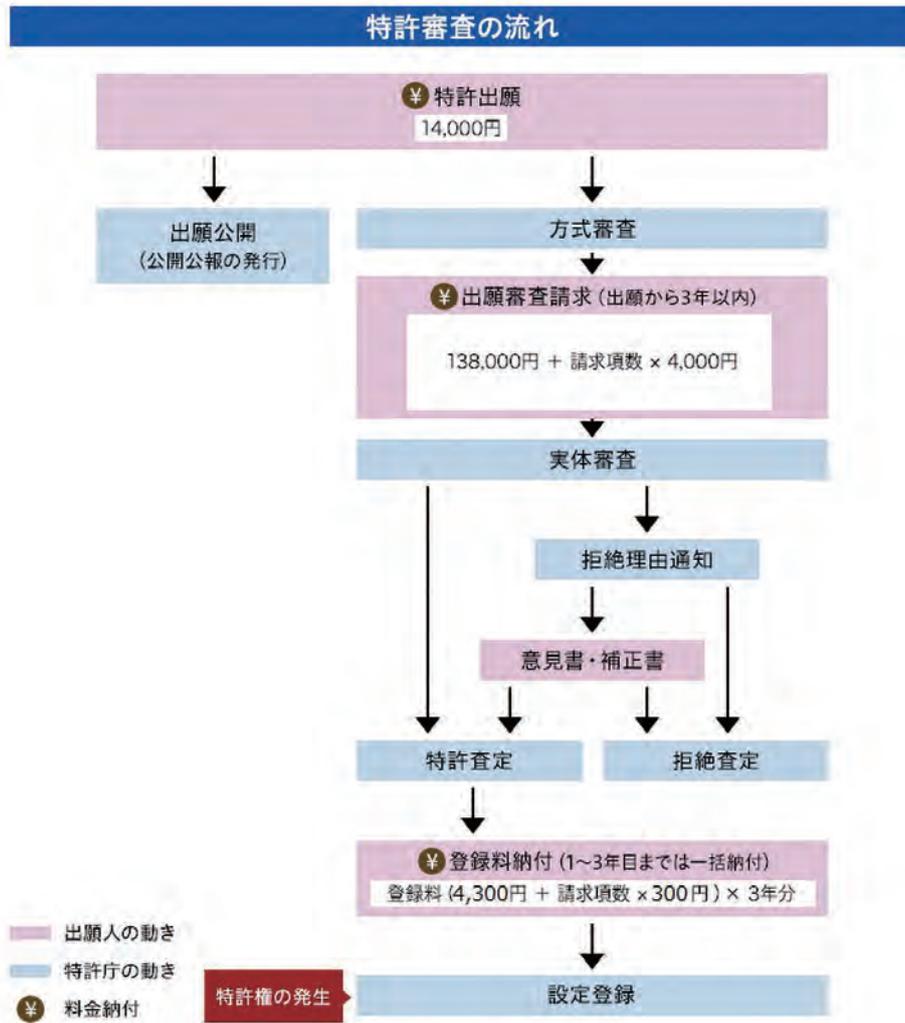
コラム 特許料等の減免制度

中小企業等を対象に、審査請求料・特許料（第1年分から第10年分）・PCT国際出願に係る手数料について、一定の要件を満たした場合には減免措置が受けられます。

対象者	審査請求料・特許料（第1年分から第10年分）	PCT出願にかかる手数料 ^{※4}
中小企業 ^{※1}	1/2に軽減	
小規模企業・中小スタートアップ企業 ^{※2}	1/3に軽減	
大学等	1/2に軽減	
福島特措法認定中小	1/4に軽減	
生活保護受給者、市町村民税非課税者 ^{※3}	免除または1/2に軽減 ^{※5}	対象外
所得税非課税者、法人税非課税中小企業	1/2に軽減	対象外

※1 研究開発型中小企業を指す。
 ※2 中小スタートアップ企業については、設立後10年未満で資本金3億円以下の大企業に支配されている個人、事業開始後10年未満の個人事業主。
 ※3 生活保護受給者、当該国の中核的産業等、中小規模非課税者に該当する者。
 ※4 国際出願（PCT）関係料金については、軽減・免除措置を適用。
 ※5 審査請求料・特許料（1～3年）は免除、特許料（4～10年）は1/2に軽減。

詳しくは ▶ 特許庁「特許料等の減免制度」



詳しくは▶ [特許庁「産業財産権関係料金一覧」](#)

5. 特許庁に支払う費用

- (1) 出願費用：14,000円を支払います。
- (2) 審査請求費用：138,000円 + (請求項の数 × 4,000円)を支払います。
- (3) 登録費用

特許査定が得られましたら、特許料(登録料)として、第1年から第3年分の料金を一括納付します。1年当たり4,300円 + (請求項の数 × 300円)の3年分を支払います。なお、特許権を維持するためには、毎年維持費として年金を支払う必要があります。

6. むすびに変えて

以上、大変駆け足にて手続きの流れを中心に、特許出願の準備から特許権の取得までをみてきました。

様々な手続きがあり、迅速に、かつ正確に、要求された事項を理解して書き方および時期を間違えないように進める必要があります。また特許権は出願日から権利満了の

20年に渡って管理しなければなりませんので、発明に専念している発明者としては、知財部や弁理士(特許事務所)に、常に手続きや権利の状況を把握してもらっておくことが宜しいでしょう。次号以降では、出願代理手続きのスペシャリストである弁理士についても解説を加えたいと思います。

profile



大樹七海 (おおきななみ・雅号)

弁理士、芸術・科学・知財クリエイター
知成堂 代表取締役

<https://note.com/ookinanami/>

政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所、産業技術総合研究所)にて半導体・創薬研究開発・国際業務を経て弁理士、知財専門の出版社 株式会社知成堂 代表取締役。著書『世界の知的財産権』(経済産業調査会)、『弁理士にお任せあれ』(発明推進協会)、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』(マスターリンク)、内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。

～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.10

はじめての弁理士

- ・弁理士のイメージ 科学技術&知的なアイデアとの縁が深い
- ・20世紀最大の物理学者アインシュタインは特許庁職員
- ・世界を席巻したコピー機の発明者チェスター・カールソンは弁理士
- ・弁理士の技術、弁理士と他士業の関係、弁理士の選び方と依頼できること

1. はじめての弁理士 知的財産権のプロ

今までで、一通りの知財分野の重要ポイントについて、解説してきました。今回は、さらにその知識を深め活用する上で、重要なパートナーとなる**知的財産権のプロである弁理士**について解説します。

いままで、ありきたりな弁理士の仕事の紹介等では、結局、本質的になが重要なかが一般の方には伝わらない、と思ってきましたので、今までにない切り口で解説してみようと思います。

さて、**弁理士は知名度が低く、しばしば弁護士と間違えられます**。わかりやすい例えに、「医者」と「歯医者」というのがあります。身体を診る医者に対して、身体の中でも歯科領域に特化した技量を持つのが歯医者です。法の専門家である弁護士に対して、法の中でも**知的財産法領域に特化した技量を持つのが弁理士**というわけです。

ちなみに、弁理士が弁護士と間違えられるのは、法学部よりのイメージを持たれているケースがあるからですが、弁理士の多くは、先に理系の各分野で科学技術を学び、その後、知的財産法を修めています。また、文系出身で弁理士資格取得後に科学技術を学んだ人もいます。そこで、**科学技術と縁の深いことが印象づけられる、世界的に著名な二人の人物を紹介したい**と思います。

そして、**弁理士と他士業**ですが、**弁理士が他士業とどのように連携をしているのか**、という観点の解説も加えることで、より社会での役割が見えてくると思います。

今回、弁理士について理解を深めて頂くことで、技術と法が人間社会にどう関わりあってきて、人間のアイデアを知的資産に変換することで、社会でどのように活用されていくのか、ということも、同時に感じ取って頂ければと思います。弁理士は国家資格者ということで、知財業務に最も責任を持つ職責であるために、その矜持から弁理士を取り上げますが、知財に関わる人たち、そうした技術や考え方を共有し、矜持を持ちうる人たちは、同じだと思っています。またその矜持がない弁理士であれば風上にも置けないであろうと思います。

肝要なのは、**技術と法について学び、社会制度を正しく使い、クリエイティブな発想を、技術的思想に落とし込み、それを法で担保し、知的資産に変え、成長の資力とし、世の中に貢献していく力に転換していく、という目的が達せられる力があるか**、ということです。ここで取り上げる弁理士は、これを育むためのメンター的な位置づけです。

コラム 弁理士と聞いて 浮かんでもらいたいイメージ

歯医者者の例えも良いですが、「弁理士」より、「発明」や「商標(ロゴマーク、ネーミングなど)の知名度が高いので、弁理士とは、そうした**知的なアイデア**を思い着いたら、それらを元に、自らの資産、権利にできるように考えてくれる人たち、と連想してイメージして貰えると良いと思います。



出典：『弁理士にお任せあれ』著 大樹七海より

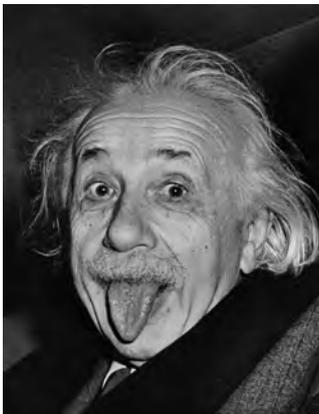
2. 著名人の弁理士 / 特許庁審査官

それでは、世界的に著名な人物を2人ご紹介しましょう。**科学技術と弁理士 / 特許庁の業務が近い**というイメージが掴めると思います。



出典：弁理士は発明者の代理人として、特許庁の審査官に発明の内容を伝えて、特許を受けられるようにサポートします。
『弁理士にお任せあれ』著 大樹七海より

20世紀最大の物理学者は特許庁職員 『アインシュタイン』(1879-1955年76歳没)



出典：1951年、Arthur Sasseに撮影された有名な写真。アインシュタインは度重なる写真に笑顔を求められるのに嫌気がさし、使えない写真をとって舌を出すも、それが人気となり、本人も気に入ったという逸話あり。

アインシュタインが素晴らしい理論を研究し続けられた背景には、多数の発明理論と数式に触れる仕事を生業とする特許庁審査官という環境がありました。

彼の父は町工場の経営者で、アインシュタイン誕生(1879年)の翌年に電気機器の会社を創業しましたが、経営不振に陥りました。工科大学を卒業したアインシュタインの進路ですが、大学の先生と不仲で大学には残れず、その後、伝手(つて)を頼り、スイスの特許庁に審査官として就職します(1902年)。

アインシュタインは特許審査を通して、数多くの発明の理論や数式を見ながら、プライベートの時間を独自の研究に充てていました。この博士号ももたない無名の特許庁職員により、人類の偉大な成果が創出されていくのです。26歳だった1905年は奇跡の年と呼ばれていますが、この年に「光子仮説」「ブラウン運動」「特殊相対性理論」、そしてかの有名な $E=mc^2$ 方程式に帰結される「質量とエネルギーの等価性」に関する、現代物理学の基礎となる重要な4つの論文を発表しています(のちのノーベル物理学賞受賞対象)。これら重要な業績は大学の研究室ではなく、特許庁勤めの傍ら自宅で成されたのです。その後、1909年に特許庁を辞職して、チューリッヒ大学の助教授となり、同年にジュネーブ大学より名誉博士号を贈られ、1921年にノーベル物理学賞を受賞しました。

ゼロックス/コピー機の発明者は弁理士 『チェスター・カーソン』(1906-1968年62歳没)



出典：1988年にゼログラフィー技術の発明50周年を記念して、偉大なアメリカ人シリーズとして米国で発行された、発明者チェスター・カーソン切手。

1950年頃、当時画期的な、感光紙を使わずに今のような普通の紙にコピーができるコピー機(乾式複写機)が登場したばかりの頃、時代としては、のちにアップルを創設するスティーブ・ジョブズ(1955-2011年56歳没)と、マイクロソフトを創設するビル・ゲイツ(1955-)が生まれた頃ですが、その技術の特許で守りを固めて、独占的に販売した会社がありました。

同社の開発した世界初の事務用コピー機(PPC複写機)は世界を席卷し、コピー機の代名詞としてゼロックスと呼ばれるほどの知名度を誇ったため、同社は社名をゼロックスと改称し、ゼロックスはコピー機業界の巨人となりました。

この莫大な富を生み出すコピー機の発明(電子写真技術、ゼログラフィー)をしたのが、弁理士のチェスター・カーソンです。そもそも、コピー機の発明をしたのも、特許の仕事で書類を大量に作成しなければならないので、それを効率的にしたいという思いからでした。カーソンは図書館に通って理論を追求し、根気よく実験で検証を繰り返し、弁理士の知識と技術を駆使して、発明と特許取得を行いました。そのカーソンの特許を事業化するためにゼロックスに投資をし続けてきた投資家達も報われ、みな億万長者となったのです。カーソンは得た多額のお金を慈善活動に使いました。

知的なことを財産とするために重要なのは、まずアイデアを出すことがいかに重要であるかを知っていることです。そのためには、アイデアを生むために必要な知識にアクセスでき(特許庁データベースや図書データベースなど)、アイデアを生むことに没頭できる環境に身を置き、なおかつ、そのアイデアを根気よく具体化することの重要性と、それらのアイデアを適切に権利化して、活用していくことの筋道を知っていること、があります。

弁理士/特許等の知識を活用するとは、この道筋を活用できるということです。

(発明事業への成功の道筋に興味のある方は、連載中『発明事業列伝』大樹七海著 知財ぷりずむ誌 発明推進協会)をどうぞ!)

コラム 各士業の人数

人数順に表を作成してみました。弁理士の数が少ないことも、知名度の低い理由でしょう。

資格名	成立年	人数	時点
税理士	1951年	81,538	2025年4月末
行政書士	1951年	52,734	2025年4月1日
社会保険労務士	1968年	45,386	2024年3月31日
弁護士	1893年	46,974	2025年4月1日
司法書士	1935年	23,387	2025年4月1日
弁理士	1921年	11,748	2025年3月31日

出典：各会の公式HPより算出。(女性の割合は、税理士 推測3割、行政書士 推測2割、社会保険労務士 35.1%、弁護士 20.5%、司法書士 20.0%、弁理士 17.5%)

上記の6士業に入っていない**中小企業診断士**や**技術士**ですが、独占業務を認められていませんが、技術系企業の支援において、弁理士と相性が良く、経営・技術・知財の各方面から共にプロジェクトを担うことも多いです。また弁理士で、中小企業診断士や技術士の資格を持ち合わせている人もいます。

行政書士は、知財業務について弁理士にクライアントの紹介をしたり、逆に弁理士から知財業務以外を行政書士に紹介したりします。公務員(条件に該当すれば)や弁理士(無条件で)は、無試験で登録をすれば行政書士の仕事ができるため、必要に応じて登録している人もいますが、その逆、つまり無試験で行政書士が弁理士の知財業務を行うことは認められていません。

弁護士と弁理士ですが、社会科学系と科学技術系とが、法というツールを通じてタッグを組み、戦いに挑むという、お互いを頼もしく思う関係です。弁理士としては、権利侵害を見越して勝てるように、発明者の意図を汲んで知的財産権を創り上げていくのですが、その権利が争われる時が来た場合、弁理士は弁護士に、権利の生成過程と技術戦略を伝え、弁護士はその意図を汲み、社会情勢を鑑み訴訟戦術に落とし込んで、クライアントを勝ちに導きます。

知財訴訟がそもそも日本では少なく、また技術をベースにロジックを組んでいくので、各技術分野の特殊性を法と絡めて理解する必要があり、知財を専門に扱う弁理士は少ないです。そのため、**権利生成過程に関わっている弁理士は、各案件に応じた知財紛争に対応できる弁理士を判断して紹介することも多いです。また付記弁理士は知財訴訟の共同代理をすることも可能で、さらに弁理士から弁護士の資格を取り、知財業務に特化していく弁理士弁護士もいます。**

3. 弁理士と他の士業との関係

弁護士・行政書士・中小企業診断士・技術士

士業の中でも、戸籍謄本や住民票等の請求権限が与えられている士業に、8士業があります。弁護士、弁理士、司法書士、税理士、行政書士、社会保険労務士、土地家屋調査士、海事代理士です。8士業には特定の資格を持つ者だけが行える独占業務があります。

4. 弁理士になるきっかけの多くは…

弁理士への進路は、どういういきさつからなる人が多いのでしょうか。本誌の読者の方々は、土木・建築・工学・理学出身の方が多いと思います。一般的には親族や先輩の伝手、大学の就職課や研究室で紹介された等のルートで進路を決めることが多いと思います。また弁護士の場合、弁護士資格の取得を目指して、最初から法学部を選ぶ人が多いと思います。

一方で、弁理士の場合、昔は知財専攻等がなく、また初めから弁理士を目指したり、知財部への配属を希望して弁理士を目指したり、卒業後すぐに特許事務所に就職したりというのは、そもそもの弁理士の知名度も高くありませんので、身近にそうした人がいて、なり方を知っている以外にルートはなかったと思います。

コラム 「弁理士」と「弁護士」 旧字体では「弁」の漢字が それぞれ違う理由

「弁理士」と「弁護士」は、現在では同じ「弁」という漢字を用いていますが、旧字体ではそれぞれ、「辨理士」と「辯護士」として、別の漢字が当てられていました。

この**辨理士(弁理士)**の「辨」の字ですが、中央にある「リ」は「刀」が由来で、「**区別する、道理を辨える(わかまえる＝理解する)**」という意味があります。

一方、**辯護士(弁護士)**の「辯」の字ですが、中央にある「口」は“くち”であり、「**論じる、語る、辯ずる(べんずる)**」という意味があります。

つまり、**弁理士は、物事を区別し万物の道理である自然法則を理解することを本質とする「士」で、弁護士は、法廷で弁舌を奮い議論することを本質とする「士」と言えます。**旧字体は職業の本質が異なることを捉えていました。

知財訴訟において、弁理士が作成した権利書面にに基づき、弁護士が法廷で論争する場面はまさに両者の違いを感じさせられます。

(出典：「弁理士にお任せあれ」著 大樹七海)

多くの場合、理系出身者が入社後に、研究や開発に必要な法律として知的財産法を学ぶ必要が出てきて、本格的に勉強しはじめると、それを教えてくれるのが弁理士で、技術と法律を扱う専門職があるのだということを知ります。

そこで、発明家や開発者として弁理士に相談するところから、発明をする仕事よりも、発明者の相談にのり、権利化する仕事である、弁理士の業務の方に興味を持った人は、企業の知財部に異動したり、特許事務所に移籍したりして、様々な知財の法律と実務に対応できるように研鑽を深めていくケースが多いです。

(昔は、知財を専門に学べる学校はありませんでしたが、2002年に日本政府から出された「知的財産立国宣言」以降、知財人材養成のために知財専門の大学院が開校しました。)

また、商標を専門とする弁理士の場合は、文系出身者が多く、意匠の場合はデザイン系出身者も加わってきます。彼ら彼女らの場合も、特許事務所の事務員として就職したり、商品開発部門に配置されたりして、入社後に弁理士という仕事を知り、興味を持って、目指した人が多いです。また技術系公務員として、特許庁に就職し、条件を満たすと弁理士の資格を得られます。特許庁から特許事務所へいずれば移籍することが多く(定年退職後も民間で知識を活用して働ける)、審査官や審判官を経験された方は特許庁業務への理解が深いです。

5. 弁理士の書き方によって 発明の価値が変わる?



出典：丸島儀一先生
KIT 虎ノ門大学院

元キヤノンの専務・元弁理士会副会長、弁理士 丸島儀一先生という方がおられます(筆者の恩師です)。

先ほど、弁理士チェスター・カールソンの発明により、鉄壁の知財防壁を敷き、コピー機業界の巨人となっていたゼロックスですが、その難攻不落の知財の壁を突破したのが、キヤノンの開発陣とその守護神として立ち向かった丸島儀一先生でした。一中小企業だったキヤノンを、大企業に飛躍させた知財戦の激闘は、NHKのプロジェクトX

でも放送され話題となりました。日本の草分けとなる、徹底した知財戦略を組み立てていった丸島先生ですら、ある失敗談を語られています。ちなみに、先生は後進の勉強に役立つとして、失敗談も包み隠さず教えてくれました。

当時、対ゼロックス戦において、丸島先生はコピー機に関わる知財戦略を日夜練っていたところ、寝耳に水で、キヤノンの別の開発陣が、計算機の発明を発表して商業化するという話が飛び込んできて、公開前に慌てて特許出願せざるを得なくなります。理由は、その開発陣は、途中で研究を止めさせられないよう経営陣に内緒で、ものになるまで秘密裡に進めていたからでした。知財に疎いエンジニアたちは、知財戦術の重要性までは認識していませんでした。いきなり発明品を目の前にした丸島先生も、素晴らしいのはわかるけれども、この発明品の発明の本質を追求し、権利化する時間が全くありません。寝ずに一晩考えて時間切れ。丸島先生いわく、最低の書き方という、実施形態をそのまま書いて出さざるを得ませんでした(次のコラムの例でいえば、六角鉛筆、として書いて出したようなものです)。後でわかったのは、その発明は世界初の「テンキー式」で(同時発売の他社製品はどれもフルキー式だった)、その発明思想を権利範囲に捉えきれておらず、すぐ模倣され、事業を長く守り続けることができなかったことを強く後悔し、この経験を二度と繰り返さないぞ、と心に誓い、より一層知財普及に励んだことを教えて頂きました。

このように、権利化の技術のある弁理士でも、発明者が彼らに情報と時間を与えなければ、より良い権利をつくることは難しい、ということ、肝に銘じておいて下さい。素晴らしい発明ほど、権利の創り方も素晴らしく創り上げる情熱と知識が必要なのです。

6. 弁理士の選び方

さて、弁理士になる人は、もともと、発明者の意図を持ち得ていた人が多いですから、相談者の気持ちがわかるもので、依頼したい発明分野を手掛けた経験のある弁理士は、権利のより良い取り方への知見を蓄積しています。自身の依頼分野を手掛けた経験があるかどうか、聞いてみると良いでしょう(公開情報である特許ですから自分で調べすることもできます)。

やはり人ですので、話をしてみても、ピンとくる人であるか、責任感があり、熱心に対応してくれる人であるかが、重要であると思います。

知的財産の権利は、丸島先生の例のように、権利書にどのように書くかで、権利の範囲が変わってきてしまいます。その価値を高めることも無くすことにもなり得ます。その範囲の良し悪しというのは、発明の本質を見抜く力、(ここには、時代を見抜く力も必要なのです。つまり、ビジネスモデルが念頭にあるか?)、それを踏まえた用語の

技術的な定義づけと、それを繋げていく理論構成によって、変わってきます。つまり、どういう知見のある人が書くかによって、権利の範囲が変わってしまいう人依存性の高い、職人技ともいえる技巧的な面を持っています。従って、発明者から発明の本質を聞き出すことができ、その本質を法律用語に落とし込む技術が高く、そして臨機応変に、発明者の望む状況に即した対応を取れる選択肢を沢山持ち得る人を選びます。

個人的には、話をされていて、質問の上手な方が良いと思います。お互いに、どこまで理解しているのかを、掘り下げ、確かめ合いながら、最善の策を練っていくためです。

7. 知財界の変遷

知財法の運用というのは、技術進歩と密接で、最も新しいことを扱うため、法律の中でも改正頻度が甚だしく、時代によって、知財の界隈もだいぶ変化してきました。

また、各国の産業政策や国力の影響も受け、知財を守りに行く場合と、知財を攻めに行く場合では、逆の戦術となり、これを繰り返して来ています。

近年の動向としては、経済圏が地政学的な影響を受けつつあり、米国と中国を始め予断を許さない状況とみえています。つまり、知財制度がどれだけの影響力を駆使できるか

コラム 転がらない鉛筆の発明をどう表現する？



出典：弁理士は発明をブラッシュアップしてくれる『弁理士にお任せあれ』著 大樹七海より

簡単な発明のたとえ話として、まだ世の中に、断面が円い鉛筆しか存在しない状況だったとします。円い鉛筆では転がってしまうという問題があり、そこで転がらない六角鉛筆を発明したとします。ここで「断面が六角形である鉛筆」と特許請求の範囲に書くと、断面六角形のみ権利範囲が限定されてしまいます。発明の記載としては間違っていないので、発明者はこの記載が良いと思うかもしれませんが、弁理士はここから更に思考を拡げていきます。

発明の目的が「転がらない」であれば、六角形にこだわる必要はなく、三角形でも五角形でも良く、そうであれば、「断面が多角形である鉛筆」という表現が良いのでは？と考えます。しかし、そうすると半円等は含まれないので、「周囲に平坦面を有する鉛筆」という書き方なら、より権利範囲が広がると考えたとします。更に進んで、それでは「平坦面」にこだわる必要はあるのだろうか？と考え、例えば断面楕円形も含めるよう「軸心からの距離が一定でない周面を持つ鉛筆」や、さらに断面が円形で重心をずらしたようなものも含めるよう「重心からの距離が一定でない周面を持つ鉛筆」も考えられるので、そうすると、先ほどの平坦面を有する、という書き方では、これらの鉛筆は権利の範囲から外れてしまうから、平坦面にこだわる必要はない、といったように、「転がらない」という技術的思想の「発明の本質」を捉えていくために、要素を探索し、それを具体的にどのような文言で表現し、構成して、

権利にしていくかということ、発明者と共に考えていきます。

また優れた弁理士は、事業（ビジネスモデル）を考えて権利範囲を考えます。例えば、シャープペンシルの発明をした場合、将来的に替え芯（消耗品）も含めて事業利益を考えている場合は、替え芯も含めて権利が確保できるように文言を検討します。これは特許のみではありません。商標や意匠においても弁理士は少しでも権利範囲を拡げられるよう考えるのです。この拡げ方や単語の選び方にはノウハウが欠かせません。ちなみに、特許請求の範囲には、請求項1、請求項2、請求項3・・・等のように発明を段階的に記載することができます。そのため弁理士はチャレンジとして請求項1は広めの権利で出願をし、審査官から受け取った拒絶理由通知を見て、下位の請求項に落とし込んだり、明細書の記載に基づいて限定したりして、必要に応じて権利範囲を絞っていくこともします。

また、特許法と実用新案法と商標法と意匠法と、著作権法や不正競争防止法、その他がカバーする権利範囲を組み合わせ、知財ミックス戦略を打ち立てることができます。

このようにすることで、権利範囲をギリギリまで広く、権利期間をできるだけ長く確保できるようにして、次の開発資金を獲得できるように頑張るのです。ここが弁理士の腕の見せ所であり、知的財産の権利化プロセスの肝となるところなので、ぜひとも弁理士を上手に使いこなしてください。

は、知財制度だけの問題ではないのです。

大きな時代の変化を見ながら、しかし技術と法律の組み合わせにて、これまでなされてきた成果を着実に定着させることになり、常に風向きの変化や法改正に気を配りながら、事業リスクをコントロールできるように、対処しておくことが肝心です。欧米に比べ中国の知財制度の情報乏しいため、『中国知的財産権標準テキスト』監修 白剛 知成堂 (2024年12月) を刊行しました。中国進出企業の方は参考にして頂ければと思います。

8. 弁理士に依頼できること

弁理士 (弁護士や様々な専門家と協力しながら) が知財分野を通じて行ってきた支援に以下があります。

弁理士に依頼できること* (案件によって弁護士や国内外の専門家と協働します)
発明発掘支援
先行技術調査 (出願前先行技術調査)
日本国特許、実用新案、商標、意匠などの出願・中間処理
外国特許、実用新案、商標、意匠などの出願・中間処理
著作権登録 (日本国・外国)、電子公証
国内外の特許、実用新案、商標、意匠の維持年金管理・納付代行
鑑定 (無効鑑定・有効鑑定)
無効資料調査
侵害調査 (抵触性調査)
不服審判、無効審判
審決取消訴訟
外国訴訟支援
他社出願監視 (日本国・外国)
不正使用対応、税関対応
侵害品に対する警告書対応
企業買収時 (出資時) 調査
自社知財価値分析、自社技術売却可能性調査
事業戦略調査
知財ビジネス評価書作成
知的財産管理DB提供サービス
社員知財教育 (知財創出、ノウハウ・秘密情報漏洩防止等)
ライセンス交渉支援
企業知財部代行

※弁理士 (特許事務所) によって、規模や注力している分野が違うので、上記のリストに当てはまらない場合もあり、また上記にはないサービスを提供している弁理士もいます。

例えば、弁護士と協働して「仲裁」による紛争解決手段を提供したり、デザイナー等と協働して「ロゴデザイン等の商標作成」から支援したり、知財と合わせて「規格・標準化」の支援を提供したり、「事業承継」の支援をしたり、知財系の「助成金情報」を提供したり、「政策見地からのアドバイス」を提供できたり、金融機関と協働して「知財金融」についてのサービスを提供する等があります。ご要望がありましたら、各専門家と連携をして対応しますので、ご連絡頂ければと思います。

弁理士については、拙書『弁理士にお任せあれ』(2020年) 著 大樹七海にて、詳述しています。本連載の方は、部分的なアップデート版の位置づけになるかと思えます

9. むすびに変えて

弁理士について、ダイジェスト的に解説を加えさせて頂きました。これまでの流れを読まれてきた皆様に、次回も知財力のつく内容を提供できればと思っています。

参考文献

- ・弁理士にお任せあれ, 大樹七海 著, 発明推進協会, 2020
- ・アインシュタイン物語, コンドー 著, 杉元賢治 訳, 東京図書, 1985.11, 国立国会図書館デジタルコレクション, <https://dl.ndl.go.jp/pid/12221765>
- ・アインシュタインの生涯 新訳版, C.ゼーリッヒ 著, 広重徹 訳, 東京図書, 1974, 国立国会図書館デジタルコレクション <https://dl.ndl.go.jp/pid/12285159>
- ・アインシュタイン, 井野川潔 著, 岩崎書店, 1966
- ・ゼロックスとともに, ジョン・H.デサウアー 著, 田中融二 訳, ダイヤモンド社, 1973
- ・日本税理士会連合会: 税理士登録者・税理士法人届出数 (令和7年4月末日現在), <https://www.nichizeiren.or.jp/cpta/about/enrollment/>
- ・日本行政書士会連合会: 組織概要 (令和7年4月1日現在), <https://www.gyosei.or.jp/about/organization/outline>
- ・全国社会保険労務士会連: 社会保険労務士白書2024年, <https://www.shakaihokenroumushi.jp/Portals/0/doc/nsec/souken/2024/hakusho/zentai2024.pdf>
- ・日本弁護士連合会: 日弁連の会員 (2025年7月1日現在), https://www.nichibenren.or.jp/library/pdf/jfba_info/membership/members.pdf
- ・日本司法書士会連合会: 会員数データ (2025年4月1日現在), <https://www.shiho-shoshi.or.jp/association/release/rengokai-data/>
- ・日本弁理士会: 会員分布状況 (2025年3月31日現在), https://www.jpaa.or.jp/cms/wp-content/uploads/2025/04/distribution_20250331.pdf
- ・キヤノン特許部隊, 丸島儀一 著, 光文社, 2002

profile



大樹七海 (おおきななみ・雅号)

弁理士, 芸術・科学・知財クリエイター
知成堂 代表取締役

<https://note.com/ookinunami>
政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人 (理化学研究所、産業技術総合研究所) にて半導体・創薬研究開発・国際業務を経て弁理士、知財専門の出版社 株式会社知成堂 代表取締役。著書『世界の知的財産権』(経済産業調査会)、『弁理士にお任せあれ』(発明推進協会)、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』(マスターリンク)、内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。



～学術・実務・生活上のバランスを考えた、はじめて知財に接する方への誌上講義～

Vol.11

現在の知的財産をめぐる状況

- ・日本政府の知財戦略『知的財産推進計画2025』解説
- ・清水建設の200件超の特許技術開放にみる建設業界の大規模オープンイノベーション
- ・AIと著作権に関わる訴訟2025
- ・知財専門出版社『知成堂』創設の意義

はじめに

これまでの連載では、知的財産について、分野ごとに焦点を当てながら解説してきました。今回は視点を少し広げて、個別のテーマにとどまらず、時代の変化や社会のニーズに目を向けながら、現在どのような動きが起きているのかをご紹介します（執筆時点：2025年9月25日）。

まずは、今年の夏に策定された日本の知財戦略の新たな指針「**知的財産推進計画2025**」について取り上げます。これは、技術・コンテンツ・国家ブランドなどの知的資本を活用し、産業と文化の両面から社会を支えることを目指す重要な計画です。

次に、土木・建築分野における注目の動きとして、**清水建設が打ち出した大規模オープンイノベーション戦略**をご紹介します。これは、建設業界に革新をもたらす提言として話題を呼んでおり、知財の活用が新たな価値創出につながる好例といえるでしょう。

さらに、私たちの生活に急速に浸透している**AIと著作権の問題**についても触れます。現在、世界各地で注目されている関連訴訟を通じて、知財の枠組みがどのように変化しつつあるのかを簡単にご紹介します。

そして最後に、日本の知財戦略の流れを汲み、筆者が昨年末に設立した**知財専門の出版社『知成堂』**をご紹介します。「アイデア」という創意工夫から生まれ、技術や法を横断する知的財産制度を重視し、コンテンツ制作と流通の革新を通じて、より豊かな環境づくりに貢献したいと願っています。

1. 知的財産推進計画について

令和7年6月3日、内閣総理大臣が本部長をつとめる知的財産戦略本部において、「**知的財産推進計画2025**」が決定されました。

「知的財産推進計画」とは、知的財産基本法に基づき、

毎年、知的財産戦略本部が、知的財産の創造、保護及び活用のために政府が実施すべき施策の基本的な方針等を定めているものです。内閣府の広報（2025年8月26日）に施策が紹介されています（参考資料参照）。

1-1. 知的財産推進計画2025とは

知的財産推進計画2025は、日本政府が策定した知的財産戦略の最新方針で、AI・デジタル時代に対応した知的財産制度の構築と、国際競争力の強化を目指す国家的な取り組みを示しています。

以下に計画の概要を簡単にご紹介します。

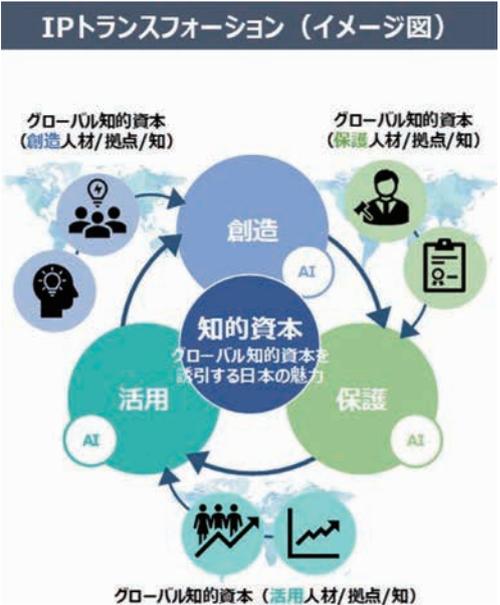
1-2. テーマ：IPトランスフォーメーションの実現

本計画では、知的資本（技術力、コンテンツ力、国家ブランド力など）を最大限活用し、国内外の社会課題を解決する「**新たな知的創造サイクル**」の構築として、IPトランスフォーメーション（以下イメージ図）を目指しています。

この実現のために、3つの政策の柱が掲げられています。

IPトランスフォーメーション実現の3つの政策柱

柱の名称	目的	具体的施策
第一の柱：イノベーション拠点としての競争力強化	優秀な人材を日本に呼び込むための環境整備	・創造人材の育成とダイバーシティの実現 ・知財・無形資産への投資促進 ・国際的に魅力ある知財制度の構築
第二の柱：AI等先端デジタル技術の利活用	人口減少下でも持続可能な知的創造サイクルの構築	・AIによる生産性向上と創作活動の迅速化 ・クリエイター・権利者の懸念への対応 ・知財制度の運用方針の明確化
第三の柱：グローバル市場の取り込み	世界市場での競争力強化と国際的な影響力の拡大	・クールジャパン関連産業の海外展開 ・産学官連携による国際標準化の推進



出典：内閣府知的財産推進計画 2025

1-3. 達成すべき目標

本計画の達成すべき目標として、下記に示す幾つかのKPIが定められました。

※ KPI: Key Performance Indicator (重要業績評価指標) の略で、目標達成の度合いを測るための具体的な指標のことです。ビジネスやプロジェクトの進捗を数値で把握し、改善や意思決定に役立てるために使われます。

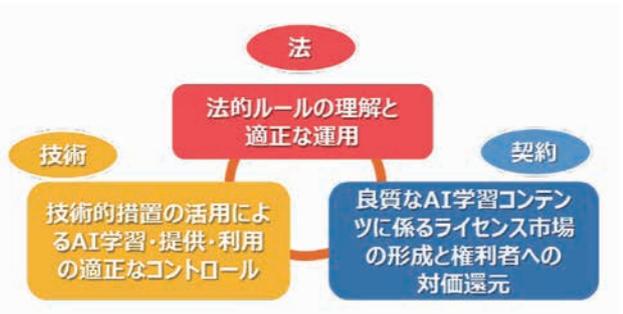
- ① 2035年までに世界知的所有権機関 (WIPO) の「グローバルイノベーション指数」の上位4位以内を目指す。
- ② 日本市場 (日経225) における時価総額に占める無形資産の割合を2035年までに50%以上にまで高める。

1-4. 取り組みについて

以上の目標を達成すべく、以下の施策等が立案されています。

(1) AI・デジタル時代の知的財産制度

今年6月に成立した「人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律」(AI法) の考え方を踏まえ、「AI技術の進歩の促進」と「知的財産権の適切な保護」の両立を目指しています。

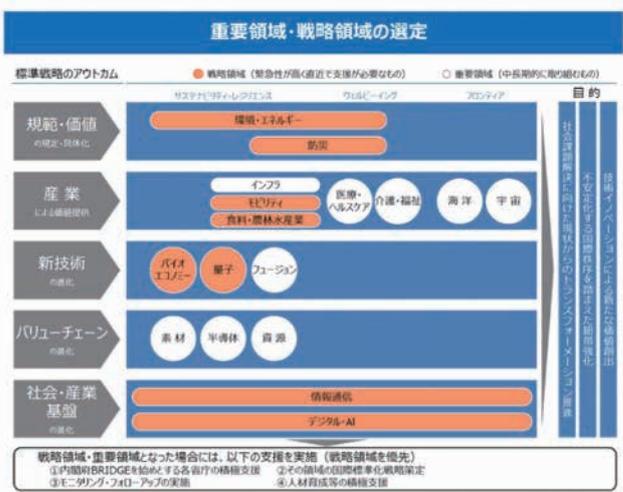


出典：AI時代の知的財産権検討会 中間とりまとめ

(2) 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の推進

今年6月に、2006年以降、19年ぶりに策定された、「新たな国際標準戦略」を元に、国内外において特に重要となる17の重要領域、さらにその重要領域から、その熟度や対応の緊要性を踏まえた8つの戦略領域 (下記の表の着色部分、環境・エネルギー、量子、デジタル・AI、バイオエコノミー等) が選定されました。

今後、これらの領域における国際標準活動 (戦略領域は直ちに、重要領域は中長期的に) を官民が協力して強化することで、国際標準活動を通じた社会課題解決と市場創出を目指します。



出典：新たな国際標準戦略

17の重要領域と8つの戦略領域分野

番号	17の重要領域と8つの戦略領域 (着色)
1	環境・エネルギー (気候変動・エネルギー・GX)
1	環境・エネルギー (自然共生)
1	環境・エネルギー (循環経済)
2	食料・農林水産業
3	防災
4	デジタル・AI (デジタル)
4	デジタル・AI (AI)
5	モビリティ
6	情報通信
7	量子
8	バイオエコノミー
9	介護・福祉
10	インフラ
11	フュージョン
12	宇宙
13	半導体
14	素材
15	資源
16	海洋
17	医療・ヘルスケア

「新たな国際標準戦略」より表を制作

(3) コンテンツと地方創生の好循環プランの策定

「コンテンツと地方創生の好循環プラン」に基づき、アニメツーリズムやロケ誘致など、コンテンツを起点とする経済波及効果の大きい地域一体となった官民連携の取り組みについて、2033年までに、全国約200か所の選定を目指し、成功事例の創出と共有を進めます。2033年までに、エンタメ・コンテンツ産業の海外市場規模を20兆円とすることを目標としています。

(4) 知的財産の「創造・保護・活用」

本計画は、知的財産を「創造・保護・活用」することで、日本の経済と社会の持続的成長を支える基盤として位置づけられています。

知的財産の「創造・保護・活用」

分類	テーマ・施策内容
知的財産の「創造」	○知財・無形資産への投資による価値創造
	○AIと知的財産権（AI関連発明の発明者の定義見直しなど）
	○創造人材の強化とダイバーシティの推進
知的財産の「保護」	○技術流出の防止
	○海賊版・模倣品対策の強化（海外対策も含む）
	○産業財産権制度の見直し（仮想空間における意匠制度、国境を越える特許権侵害への対応等）
	○地域における知財保護（農林水産省知的財産戦略2030等）
知的財産の「活用」	○産学連携による社会実装の推進/スタートアップ支援
	○国際標準戦略の強化（17の重要領域を選定、その中から更に8つの戦略領域選定）
	○データ流通・利活用環境の整備
新たなクールジャパン戦略の実装	○コンテンツを活用した地方創生の好循環づくり（アニメツーリズムやロケ誘致など、地域創生とコンテンツ産業の連携）
	○全国約200か所の「コンテンツ地方創生拠点」選定を目指す
	○2033年までにエンタメ・コンテンツ産業の海外市場規模を20兆円とする
法制度の見直しに向けた検討テーマ	・AI関連発明の発明者の定義変更
	・意匠制度の仮想空間対応
	・国境を越える発明の法的位置づけ

内閣府知的財産推進計画 2025 より表を作成

これまでご紹介した内容が、日本政府による知的財産戦略です。これらの取り組みは、私たちの経済活動とも深く関わってきます。

続いて、このような政策の流れを踏まえながら、最近の知的財産活動の状況をご紹介します。特に、土木・建築の分野では、清水建設の画期的なオープンイノベーション戦

略が話題となっています。

2. 土木・建築分野における直近の知財活動事例

知的財産推進計画2025とも連動しますが、IPトランスフォーメーション（知的資本の最大活用）に則して、建設DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進や、技術標準化と国際展開、地方創生とコンテンツ連携（例えば建築文化・観光資源化）等が考えられます。

土木・建設業界の知財も「守る」から「活かす」フェーズへと移行しているといえます。

2-1. 清水建設の取り組み

清水建設は2025年8月1日に、**同社が保有する200件超の建設関連特許技術を社外に開放し、低額の実施許諾を付与する取り組み**を発表しました。

これは建設業界では前例のない大規模なオープンイノベーション戦略であり、業界全体の技術力向上と効率化を目指すものです。

清水建設による特許の公開・ライセンス提供の取り組み

項目	概要
対象特許数	200件以上（将来的には保有特許約2,000件のうち半数近くを開放予定）
公開方法	清水建設の公式サイトにて、事業形態別に分類された特許リストを掲載
ライセンス条件	低額の年間実施料で利用可能（例：年間50万円程度など）
利用手続	企業が申し込み →（交渉可）ライセンス契約

清水建設公式サイトより表を作成

(1) 建設業界の開発投資の問題と持続的発展に向けて

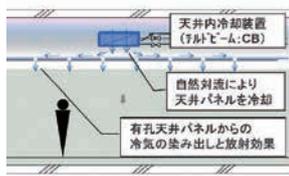
背景には、建設業界における受注競争戦略の一環として、各社が独自に技術開発を行い、長年に渡り技術の囲い込みに注力してきた結果、重複投資が生まれ、建設業界全体の生産性という面では、非効率な状況に陥っているという現状があります。

この状況を打開すべく、清水建設は「**建設産業全体の技術の底上げに寄与する**」との目標を掲げ、そのために**特許技術の相互利用を図り、不必要な技術開発投資を抑制し、限られた開発リソースを、業界全体でより有効に活用していけるようにと、オープンイノベーション戦略の決断**を発表したもので、建設業界における歴史的な転換とも目されます。

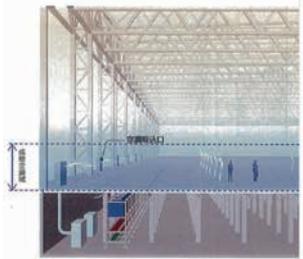
現在、同社が保有している2,000件超の特許を、順次、開放していき、最終的に保有特許の半数近くを開放していく予定としています。これにより、業界全体の生産性向上と持続的発展を目指しています。



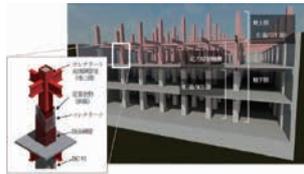
超撥水型枠「アート型枠®」



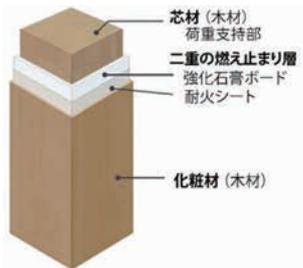
放射空調システム「S-ラジシステム®ライト」



レイアウト変更対応型生産施設「シミズ・スマートフロアー・ファクトリー®」



異種構造柱の切替構法「シミズSTC構法」



耐火木質柱・梁「スリム耐火ウッド®」



津波対策造成「グリーンマウンド」

出典：主要な開放特許技術の一部 清水建設公式サイト「開放特許技術」

同社の取り組みは、建設業界の構造的課題（労働生産性の低下、重層的な分業、標準化の困難さ、技術開発力の格差、国際競争力強化など）に対する革新的なアプローチでもあり、今後の建設業界全体の技術革新に大きな影響を与える可能性があるとして期待されています。

3. AIと著作権を巡る訴訟の急増

近年、知的財産の保護と活用をめぐる議論は、従来の枠組みを大きく揺るがす技術革新により、大きな影響を受けています。

中でも、生成AIの登場により、昨今の生成AIブームを背景に、著作権を巡る訴訟が増加しています。AIが著作物をどのように扱うべきか、法的な枠組みの整備を急ぐ必要性を浮き彫りにしているもので、私たちは今まさに時代の過渡期に立ち会っているとと言えるでしょう。現在進行中の著作権を巡る訴訟の動向を以下に紹介します。

3-1. 著作権侵害を巡る主な訴訟事例（2025年）

(1) ハリウッド vs 中国AI企業

- ディズニー、ワーナー・ブラザース・ディスカバリー、ユニバーサル・ピクチャーズの3社が、中国のAI企業MiniMax「HailuoAI」を著作権侵害で提訴。
- 映画・音楽・キャラクターなどの著作物が無断でAI学習に使われたと主張。

(2) Britannica vs Perplexity

- 百科事典の老舗Britannicaが、AI検索企業Perplexityを商標・著作権侵害で提訴。
- 自社ブランド名やコンテンツが無断利用されたことが争点。
- 日本の読売新聞グループ3社や朝日新聞社と日本経済新聞社も著作権侵害で提訴。

主要な開放特許技術（一部）

分野	特許技術	用途・概要
建築構法・材料	超撥水型枠「アート型枠®」	美観と施工性を両立する型枠技術
空調・設備	放射空調「S-ラジシステム®ライト」	快適性と省エネを両立する空調システム
生産施設	「シミズ・スマートフロアー・ファクトリー®」	レイアウト変更に対応可能な生産施設構造
構造技術	「シミズSTC構法」	異種柱間の継手接合に関する構法
木質構造	耐火木質柱・梁「スリム耐火ウッド®」	木造建築の耐火性能向上
防災・耐震	津波対策造成「グリーンマウンド」	津波被害軽減のための造成技術
耐震補強	吊り天井の後付け耐震補強「グリッドサポート工法」	既存天井の耐震性向上
診断・モニタリング	外壁劣化診断装置	建物外壁の劣化を自動作業ロボットで診断
緑化・景観	緑化ベンチ「グリーンファニチャー」	都市空間の緑化と休憩機能の融合
環境・浄化技術	ヒ素汚染土壌浄化技術	環境汚染対策
ソフトウェア・制御	コンクリート構造物の画像モニタリング用ソフトウェア	構造物の状態監視

出典：清水建設公式サイト「開放特許技術」より表を作成

(3) 画像生成 AI への継続的な訴訟

- Midjourney などの画像生成 AI に対して、ディズニー、ワーナー・ブラザーズ・ディスカバリー、アーティストらが著作権侵害で訴訟を継続中。
- 学習データに含まれる既存作品の無断使用が問題視されている。

(4) 作家グループ vs Meta Platforms

- Meta の AI 「Llama」による著作物の利用にフェアユースが適用されると判断された略式判決、生成 AI の学習に著作物を使うことが合法と認められた重要な先例。

(5) 作家グループ vs Anthropic

- Anthropic 社の AI 「Claude」に対し、海賊版を含む書籍の無断学習を理由に著作権侵害訴訟が提起されていたが集団訴訟和解に至る。最大約 150 兆円の損害賠償を回避したとされる。

以上、駆け足で、日本の知財政策方針の概要、建設業界における大ニュース、そして最近の AI を巡る現状等をご紹介します。最後に、筆者の知財活動についてご報告したいと思います。

4. 知的財産専門の出版社『知成堂』創立

筆者は、弁理士・芸術家・エンジニア・研究者・著述家・イラストレーター・漫画家・絵本作家・装幀家・Web デザイナーなど、様々な草鞋を履く、芸術・科学・知財コンテンツクリエイターです。

「理想の本づくり」を追求する中で、昨年 8 月に知的財産専門の出版社『知成堂』を創立しました。(右：知成堂ロゴマーク)



知財分野の出版は、専門性・正確性の検証に対して多くの労力を要する一方で、一般的に理解されにくく、出版不況による出版社や印刷会社等の廃業の煽りも受け、既存の体制維持すら厳しい状況にあります。30～70 年の歴史を持つ高名な文化施設 (科学館・美術館等) の閉鎖も相次ぎ、国の文化施設も苦境に瀕しています。カルチャー (文化・教養・精神風土。ラテン語 colere: 育てる・耕す、に由来) 軽視の世相において、知識・技術・芸術の継承が危ぶまれる中、完全に消える前に、将来に遺すべき「知的遺産継承」と「新たな創造」の双方を守ることでできる場づくりの必要性を益々強く感じ、今が最後のチャンス (間に合う) だと感じています。

筆者は 10 年以上、科学・知財分野の企画・調査分析・取材・執筆・編集・装幀・イラスト制作の第一線に携わり、近年 Web 構築・電子書籍制作・サプライチェーンなどコンテンツ制作と出版・物流の全工程に関する技術も独学で習熟



出典：知成堂 HP



出典：知成堂書店 (出版社直販 EC サイト)

『知成堂』のご紹介

項目	事柄
社名の由来	「知性を発揮し、物事を成し遂げた人の精神的成果を殿堂に収める」という理念に基づいています。出版を通じて、知的活動の結晶を後世に残すことを目指しています。
ロゴマークの由来	創造物が収蔵される「知の殿堂」を象徴しており、揮毫・デザインは大樹七海による手描きです。
知性の定義	「知性」とは、物事を認知・理解・判断する能力、または直観を論理的に認識へ導く精神的機能を指します。
出典：知成堂の社名とロゴマーク	
モットー	「よいものをつくり、とどける」この単純でいて、しかし極めて難しいことに、最善を尽くすために。(知成堂創設のご挨拶より)
知成堂の使命	技術・学術・芸術の保護及び利用を図ることにより、知的財産を創出し、もって産業の発展に寄与すること。
出典：知成堂の使命	

し、日本と世界のために、「よいものをつくり、とどける」という究極の目標のために、日々細かい技術研究と実地検証を重ね続けています。そうしてみえてきた構造的な問題、現場の課題解決に俯瞰的な観点から取り組み、理想のコンテンツ制作・出版体制を構築し、既存の枠に囚われる

ことなく、垣根を越えた協働と相互尊重を重視し、プロフェッショナルが力を発揮できる環境づくりを目指しています。

『知成堂』は、「知的財産推進計画2025」に基づき、**技術・コンテンツ・国家ブランドなどの知的資本を最大限活用し、産業と文化の発展に寄与する拠点**として、皆様の夢を体現できる場を創造しようと思っています。この整備のため、本連載をしばらく休載(1年ほど)させていただく予定です。2022年7・8月号から始まった本誌連載を通じての皆様との出会いには沢山の思い出が詰まっています。建材試験センターの皆様、建材試験情報誌とともに皆様と、**技術が支え、技術が切り拓いていく未来**を心より応援申し上げますと共に、今後さらに多彩な支援を広げていけるようパワーアップしてきます。そのときまで、どうぞ、ごきげんよう！

profile



大樹七海 (おおきななみ・雅号)

弁理士、芸術・科学・知財クリエイター
知成堂 代表取締役社長

<https://note.com/ookinanami>

知財専門の出版社 株式会社知成堂 代表取締役社長。
政刊懇談会第21回本づくり大賞優秀賞受賞。国立研究開発法人(理化学研究所、産業技術総合研究所)にて半導体・創薬研究開発・国際業務を経て弁理士。著作『世界の知的財産権』(経済産業調査会)、『弁理士にお任せあれ』(発明推進協会)、『ストーリー漫画でわかるビジネスツールとしての知的財産』(知成堂)、内閣府知財教選定書『マンガでわかる規格と標準化』(日本規格協会)、経済産業省「くらしの中のJIS」他。

参考文献

- ・「知的財産推進計画2025」(概要)～IPトランスフォーメーション、首相官邸、2025年6月
- ・知的財産推進計画2025を決定しました、内閣府、2025年8月26日
- ・AI時代の知的財産権検討会 中間とりまとめ、AI時代の知的財産権検討会、2024年5月
- ・人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律(AI法)、内閣府
- ・新たな国際標準戦略(国際社会の課題解決に向けた我が国の標準戦略)、知的財産戦略本部、2025年6月3日
- ・「新たな国際標準戦略」のポイント、首相官邸、2025年6月3日
- ・新たな国際標準戦略を読み解く～概要編～、日本規格協会、2025年6月13日
- ・保有特許200件超を同業他社に開放し、建設産業全体の技術の底上げに貢献、清水建設、2025年8月1日
- ・特許技術を大量開放/業界全体の技術力底上げ/重複投資抑制へ清水建設、建設通信新聞、2025年8月4日
- ・筑波大学 人工知能科学センター
- ・筑波大学と米ワシントン大学 AI分野におけるパートナーシップに合意、筑波大学、2024年4月23日
- ・ハリウッドVS中国AI企業 ディズニー、ワーナー、ユニバーサルが著作権侵害訴訟、The Hollywood Reporter Japan、2025年9月17日
- ・百科事典のBritannica、Perplexityを著作権・商標権侵害で提訴、ITmedia、2025年9月12日
- ・画像生成AI・Midjourneyに対する著作権侵害訴訟にワーナーブラザーズが参戦、GIGAZINE2、2025年9月5日
- ・Meta社勝訴のKadrey v. Meta判決が示すAI著作権リスクと企業が取るべき実務対応策、Open Legal Community、2025年7月3日