

知財が分かる 未来をつくる



とっきよ

Vol. 31

4・5月号
平成 29 年 3 月 27 日

登録数500万件突破!

NIPPONの商標

▶ P.2



知財権取得体験のチャンス!

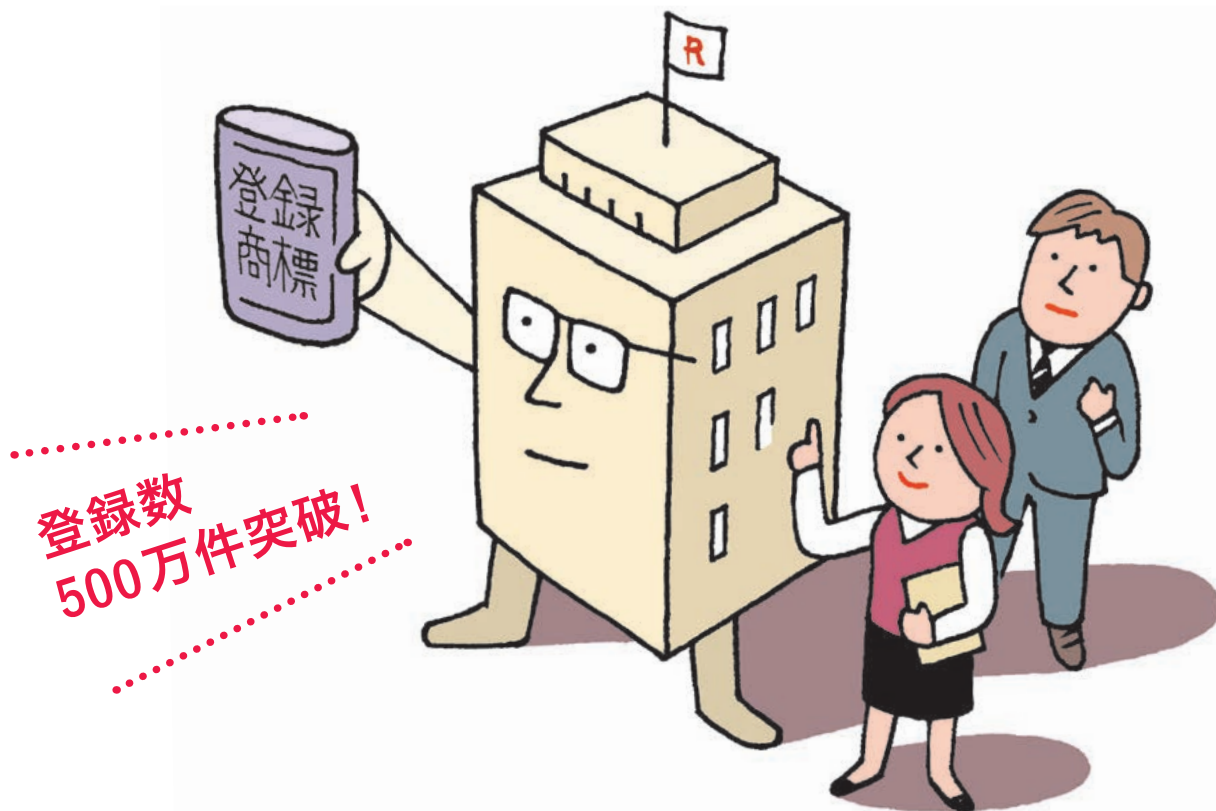
未来をつくる

パテント&デザインパテントコンテスト ▶ P.8

世界のJETRO知財室レポート/ジェトロ・ニューヨーク事務所 ▶ P.12

JPO通信 ▶ P.14

地域ブランド紀行/海外「カナダポーク」「パルマハム」 ▶ P.16



NIPPONの商標

街中にあるさまざまな商品やサービスには名前が付いていて、それらは商標の制度で守られている。2017年には商標の国内登録件数が延べ500万件を突破！さらに重要性を増してきているNIPPONの商標の今を見てみよう。

商標の有効活用はビジネス力を上げる！

中小企業や個人の利用が多い日本の商標

1884年にスタートした日本の商標制度。近年は、経済のグローバル化やインターネットの急速な普及等に伴う商品・サービス販売戦略の多様化、国内産業の競争力強化といった観点から、商標が果たす役割は格段に大きくなってきた。こうした環境の変化に応じて、1990年代以後、商標の登録件数も増加の一途をたどっている。

そして、制度開始から133年目を迎えた2017年1月、商標の登録番号を付与された総件数が500万件を突破。今後さらに登録総数は伸びていくことになる。

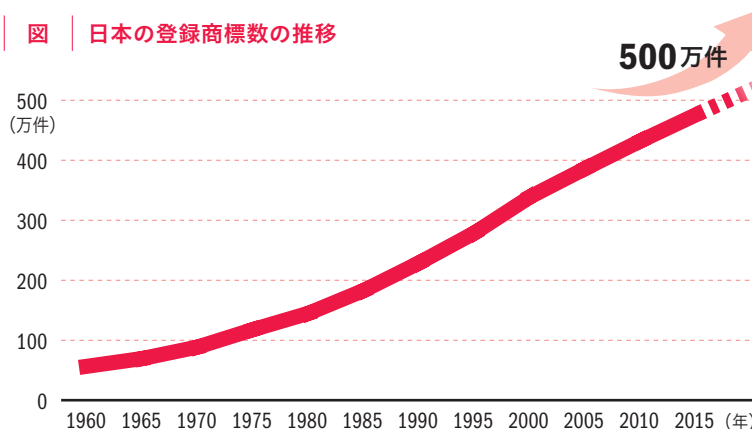
また、商標には、特許や意匠などの他の知財権とは異なる、大きな特徴がある。更新することで権利を継続的に維持がで

きることで、それと中小企業や個人の出願件数の割合が多いことだ。2015年度の中企業の商標出願件数は、全出願数の約55%。一方、特許は14%、意匠は34%となっている。同年の個人の出願割合でも、商標の16%に対して、特許3%、意匠9%。

こうした中小企業や個人による出願により、商標登録件数の増加をあと押ししているようだ。

これからのビジネスには、企業や個人を問わず、商標を有効に活用して進めることが求められているのだ。

図 | 日本の登録商標数の推移



登録商標は右肩上がりが増加し、500万件を突破。
特許庁「特許行政年次報告書2016年版 統計・資料編」より

商標とは？

商標を知って、活用していこう！

商標の正しい知識を確認して、ビジネスに生かすことが現代社会では不可欠
特徴ある商標から、活用のヒントを得たい。

商標権はブランドを守り 高めるのに有効なツール

商標とは、商品やサービスなどビジネスで使用する文字や図形などのことで、他者のそれと区別するための目印になる。商標権は、商標を、登録された商品・サー

ビスの範囲内で専有できる権利のことだ。

ただし商標権は、決して言葉を無制限に独占できる権利ではない。あくまで特許庁の審査をクリアしたうえで、登録された商品・サービスの範囲内でのみ効力を発揮。商標を出願しても、その商標を商品やサービスに使用することが明白でな

い場合は、登録が認められない。

商標について正しい知識を身に付けることが、商標権を取得するための第一歩。商標権を取得すれば、自分が手掛ける商品やサービスのブランドを、他者の侵害から守ることができ、ひいてはブランドの価値を高めることにもつながる。

日本の特徴ある商標を 見てみよう

2017年3月に
100歳になった商標

大正5年(1916年)11月22日に
出願されたこの商標は、大正6
年(1917年)3月6日に登録され、
この3月にちょうど100歳を迎
えたことになる。株式会社藤
本重兵衛商店のホームページ
で、今もこの商標が使われて
いることを見ることができる。



登録第84595号商標
権利者は、藤本重兵衛氏。

日本の商標登録 第1号といわれている商標

現在、権利は失効しているが、
日本の商標登録第1号は、明
治14年(1884年)10月1日出
願され、翌年6月2日に登録さ
れている。京都府の売薬業者
だった平井祐喜が権利者で、
指を切った板前を描いた図形
商標だ。



登録第1号商標
平井の薬を塗ると傷が治る、と
いう効能を表現している。

現在も権利維持されている 設定登録日の一番古い商標

現在も権利維持されていて、
特許庁の登録原簿上の設定登
録日が最も古いのが「商標登
録番号1655」。設定登録日は
明治35年(1902年)7月16日と
なっている。



登録第1655号商標
権利者は兵庫県にある百萬石
酒造株式会社。

COLUMN 商標の登録証は、ひと味違う？

商標の登録証は、特許や実用新案など特許庁が発行する他の登録証とは少し違っている。それは、台紙の“色”だ。特許などの登録証の台紙はクリーム色であるのに対し、商標は白地。商標の

登録証は登録された商標そのものをカラーで証紙に掲載するため、台紙自体に色がついていると紛らわしくなってしまう。これを防ぐために白地にしている。商標の登録証は、ひと味違う。



商標登録証(左)と
特許登録証(右)。

商標権を 取得するには？

商標を登録するには、まず「商標出願」！

ビジネスに役立つ商標権の取得だが、はじめてだと分かりにくいもの。
手順を追って、商標を登録するまでを見てみよう。

商標権の取得には 所定の手続と料金が必要

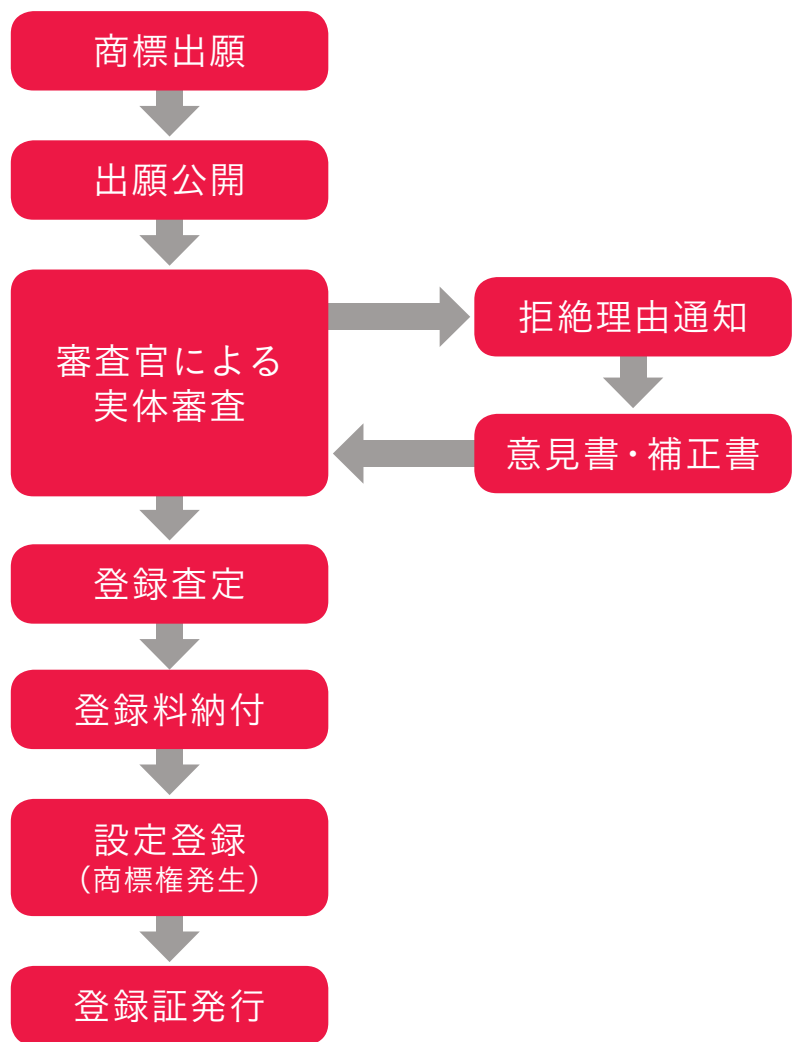
商標権を取得するために、最初に行うのが「商標出願」。商標権を取得したい商標と、その商標を使用する商品やサービスなどを記載した願書を提出する。提出後、2～3週間で「出願公開」され、出願内容が一般に公開される（オンライン手続の場合）。

また、出願の際には出願料を納付する必要がある。出願料は、3,400円と区分数×8,600円の合計額。納付方法は、「予納制度」や「電子現金納付」など6通りある。願書を提出しても、出願料を納付しないと審査は行われず、出願は却下される。

書類に不備がなく所定の出願料が納付されると、審査官による実体審査が行われる。実体審査では、商標法や審査基準に従って、出願された商標が実際に出願人のビジネスに使用されるものか、既に登録済みの商標などと似ていないか、公序良俗に反していないか、といったことなどが審査される。

審査の結果、問題がなければ「登録査定」になる。この場合、出願から登録査定までおおむね5カ月。一方、問題があると「拒絶理由通知」が送付されるので、そこに記された拒絶理由を解消するための「意見書・補正書」を提出し、あらためて審査を受ける。

登録査定後、登録料を納付すると商標権が発生。商標権の存続期間は登録から10年間のため、原則は10年分を一括納付する。登録料は、区分数×28,200円。登録料を納付したあと、2～3週間ほどで「商標登録証」を受け取ることができる（オンライン手続の場合）。



COLUMN

同じ商標が同じ日に出願されたら？



同日に複数の出願人から同一の商標が出願された場合、審査の優先順位を決めるのは“くじ引き”。一見楽しそうだが、関係者にとってはビジネスの命運を左右しかねない重要な場となる。なお、審査の結果により、くじの結果とは異なる出願人が登録になる場合もある。

商標を 生かす!

戦略的に使って、業界をリードする!

商標を登録することは企業にとってどんな利点があるのか？
登録件数の多い企業の生の声から、その本音を探る。

花王株式会社

商標登録は自社の大切な商標を守るために欠かせない業務

花王では、同社の主力製品であるせっけんや洗剤、化粧品などが含まれる第3類の区分を中心に、毎年国内で300～500件ほどの商標を出願している。同社が化粧品の分野で登録した最初の商標は「花王」の文字商標。1937年に登録され、現在も権利を保持している。また、2015年から登録可能になった新しいタイプの商標でも、洗顔料などのブランド名「ビオレ」のCMに使っているサウンドロゴを音商標として登録。商標に対する同社の意識の高さがうかがえる。

同社では、期間限定商品や商品名などに識別性がないものを除いて、基本的に全ての新商品の名称に関する商標を出願する。出願時期は、遅くとも商品名が確定する約2カ月前。新商品の商標登録に向けた動きは、出願のさらに数カ月以上前から始まる。

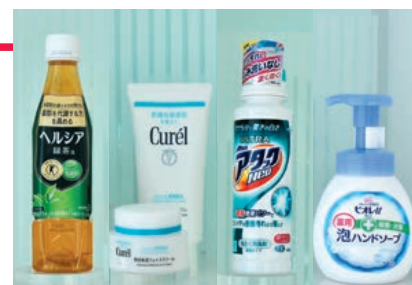
まず、新商品を開発中の事業部門から、商品名やブランド名に関する複数の候補が挙げられ、それらが登録可能かどうか社

内でラフ調査を行う。ラフ調査は、特許庁のデータベースに同一の商標がないか調べる程度だが、新商品発売の1年以上前に行われることもあるという。ラフ調査で絞られた候補は、改めて社外の弁理士などの協力のもとに詳細調査を実施。詳細調査では、類似の商標なども含めて範囲を広げて検討し、最終候補が選別される。

最終候補の中から、事業部門が商品名やブランド名を決定し、商標を出願。さらに出願から約2カ月後に他者が同一または類似の商標を出願していないか最終調査を行い、問題がなければ商品名などを確定。商品のパッケージや広告に印刷する版下の出稿や発売告知などが行われる。

効果のある商標の 使い方を目指して

商標だからといって、やみくもに出願するわけではないとのこと。同社で商標業務を担当する奥田伊都雄さんは「商標は、商品名やマークなどによって、お客様に花王の商品だと認識していただくためのもの。パッケージの目立たない場所や裏面に表示されるものなどは、識別性が



商標を最大限に生かして商品を展開。

あっても商標として機能しない場合が多いのです。こうしたものは出願しないこともあります」と話す。

それだけの時間と費用をかけて、花王が商標を登録するメリットはどこにあるのか？「商標登録は、メリットを求めて行っているのではなく、必要なことだと考えています」と奥田さん。「商標権は、同じ商標を他者が使えないようにする強力な権利です。逆に、弊社で使おうとしている商標が、他者に登録されると使えなくなってしまう」と語る。

同じ部署に所属する越後寧子さんは「他者が弊社の商標と似たようなものを出願した場合は、阻止しようとする。もしそれが登録になったとしても、異議申し立てや審判請求を行い、登録の取り消しや無効を求めます。このような対応は自社のブランドを守るために必要なことなので、それに手間暇を惜しむことはありません」ときっぱり。商標に対する高い意識を持つ同社だからこそ、妥協を許さない強い姿勢で臨んでいる。

本社：東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
1887年、長瀬商店として創業。日本を代表する日用品メーカーとして、多くのカテゴリーでトップシェアを誇る。現在のコーポレートメッセージは「自然と調和する ころろ豊かな毎日をめざして」



法務・コンプライアンス
部門 ブランド法務部
商標・意匠課長
奥田伊都雄さん

花王入社後、営業を担当。その後約20年間、商標に関する業務に従事。



法務・コンプライアンス
部門 ブランド法務部
化粧品担当課長
越後寧子さん

主に化粧品ブランドの商標業務を担当。弁理士資格を持つ。

商標権の メリットとは？

商標の利点を最大限に生かして経営力アップ！

商標権を取得することは企業にとってはもちろん、消費者にも利点がある
商標の持つメリットを見ることで、もっと商標をビジネスに生かそう。

商標権を正しく行使して ブランドを育成・保護する

前述したとおり、商標とは単なる名称や言葉、マークなどのことではない。それがビジネスに使われる商品やサービスなどに付随するものでなくてはならず、出願も必ずセットで行う必要がある。審査でもその関連性は厳しくチェックされる。出願自体は、誰がどんな商標でも行うことができるが、出願された商標と出願人が現実に行っている、または計画しているビジネスでなければ、まず登録査定にはならない。ここでは、ビジネスに生かせる商標権の代表的なメリットについて紹介する。

まずは、自分の商品やサービスの名称やロゴなどを、他者に使われないようにして独占的にブランド化できることだ。

ビジネスを行っていくうえで、決定したネーミングやロゴなどを安心して使用することができ、また、他者が自分とまったく同じ名称やロゴなどを使用しているのを発見した場合に、使用の差し止めを求めることも可能である。ただし、効力が及ぶ範囲は、登録になった商品・サービスと似ている商品・サービスの範囲まで。したがって、登録した商品・サービスに似ているもの以外では、基本的には他者による商標の使用を阻止することはできず、逆に他者でも異なる商品・サービスであれば、同じ商標を登録できる可能性はある。

また、登録した商品・サービスに似ているものの分野では、まったく同じ商標だけでなく類似の商標についても、他者の無断利用を防ぐことができるのもメリットの一つだ。同一の商標ではなくて

も、消費者が混同してしまうような類似の商標として、裁判で商標権侵害が認められれば、他者の無断使用の差し止めや、場合によっては、損害賠償を請求することも可能となる。

メリット1

商品・サービスの ブランド化に有効！

特にこれから育てたいと考えている商品・サービス名などは、早めに商標権を取得しておくことで安心して使用できる。

メリット2

成長したブランドの 模倣名を防げる！

自社の人気商品の模倣名称を防ぐことは、一般消費者の不要な誤解も避けられる。商標権の高度な活用だ。

Interview

商標登録は ブランド化への第一歩！

特許庁 審査業務部 商標課 課長補佐
(企画調査班長)

荻野 瑞樹

平成9年入庁。平成28年1月から企画調査班長として商標審査全体に関わる業務を担当。



新しい商品やサービスを作って世に送り出すとき、そこに使われる名称やマークなどには、たくさんの考えや思いが込められているはず。ところが人気商品になると、考え抜いて付けた商品名をまねされることは、現実には起こり得ます。商標を登録するということは、そうした考えや思いも合わせて守ること。自信が

ある商品やサービスほど、できるだけ早い時期の商標登録をオススメします。

また、「地域団体商標」といって、通常は他人の商品・サービスと区別できないことから登録になりにくい「地域名」と「商品やサービス名」との組み合わせを、登録できる制度があります。「〇〇牛」や「〇〇鶏」といった地域の特産品などが、これに該当し

ます。既に有名なブランドでは便乗使用を排除し、これから展開しようとしている地域ブランド活動にも貢献。さらには地域活性化にもつながっていくと考えています。

商標登録は、商品・サービスをブランドとして成長させるための第一歩です。商標について正しく理解したうえで、皆さんのビジネスに役立てていただきたいですね。

新しいタイプの商標を活用しよう！

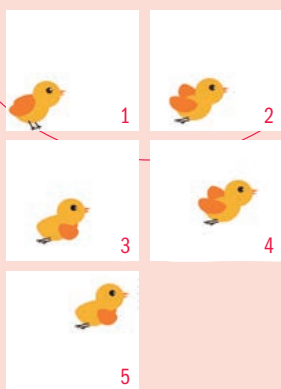
新しく登場した5つの商標

時代のニーズに合わせ、日々進化している商標の制度
2015年に登場した新しい商標をご紹介します。

1

動き商標

文字や図形などが、時間の経過に伴って変化していく商標のこと。簡単にいえば動画のことで、TVCMで企業のロゴマークが変形するものなどが該当。



2

ホログラム商標

文字や図形などが、ホログラフィーその他の方法により変化する商標のこと。見る角度によって、変化しているように見える文字や図形などが該当する。



3

色彩のみからなる商標

単色または複数の色彩の組み合わせからなる商標。これまでの図形などと色彩が結合したものは異なり、商品の包装紙や広告用の看板に使用される色彩など。



色彩のみからなる商標の初の登録

特許庁は、2017年2月28日、色彩のみからなる商標について、初めて2件の登録を認める旨の判断をしました。トンボ鉛筆が消しゴムに使用している、青・白・黒からなる商標と、セブン-イレブン・ジャパンが店舗の看板などに使用している橙・緑・赤・白からなる商標です。



トンボ鉛筆

セブン-イレブン・
ジャパン

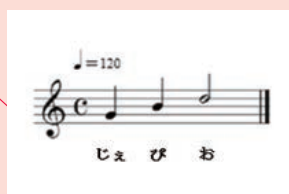
5つの新しい商標が 今年ついに全種類登録に

2015年4月1日、改正商標法が施行され、それまで日本では保護対象になっていなかった商標が、登録可能になった。新たに加わった商標は、「動き商標」「ホログラム商標」「色彩のみからなる商標」「音商標」「位置商標」の5つ。同日から出願受付を開始し、2017年2月末日まで、音商標115件、動き商標67件、位置商標23件、ホログラム商標9件の計214件が登録されている。そして2017年3月、初めての色彩のみからなる商標が登録され、新しい商標が全て出そろった。各新商標が、いったいどのようなものなのかを説明する。

4

音商標

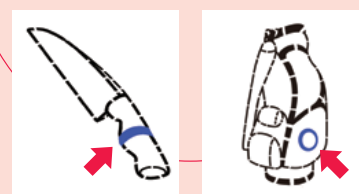
音楽や音声、自然音などからなる商標で、聴覚によって認識されるものこと。CMなどに使われるサウンドロゴやパソコンの起動音などが該当する。



5

位置商標

文字や図形などの標章を、商品などに付ける位置が特定される商標のこと。ジーンズのポケットに付いている、企業名のタグなど。



未来をつくる

知財権取得体験のチャンス!

パテント & デザインパテント コンテスト



2つのコンテストは毎年開催され、全国の若い人材がよりよい未来の暮らしを切り開く発明やデザインを競うもの。中には事業化されて成功している作品もあり、彼らの活躍から目が離せない!

次代を担う若い人材に 知財取得体験の機会を提供

特許庁は、文部科学省や日本弁理士会、INPIT(→09ページ)と共に、全国の若い人材が創造した発明・デザインの中から特に優れたものを選考・表彰する「パテントコンテスト」と「デザインパテントコンテスト」を開催している。同コンテストの目的は、若い人材の知財に対する意識と、産業財産権制度への理解向上。特に優れた作品には、実際に彼らが権利取得までを体験できる機会を提供する。

表彰された発明・デザインを創造した応募者は、出願から権利取得までの過程で、“弁理士によるアドバイス(主催者が費用を負担)”“特許出願料・意匠登録出願料、特許審査請求料、特許料・意匠登録料(いずれも第1~3年分)の提供”といった支援を受けることができる。

パテントコンテストは2002年度に始まり、2015年度までの応募累計数3,692件の中から、237件が特許出願支援の対象になった。一方、デザインパテントコンテストは2008年度から開催され、2015年度までの応募累計数1,588件の中から224件が意匠登録支援の対象になった。

なお、最新の2016年度の両コンテストの受賞者は、右記の表のとおりとなっている。

2016年度の受賞者(一部抜粋)

選考委員長特別賞

パテントコンテスト	デザインパテントコンテスト
掲示用ストッパー	キーフック
公立はこだて未来大学 倉茂雄人	兵庫県立姫路工業高等学校 小濱汐璃

日本弁理士会 会長賞

パテントコンテスト	デザインパテントコンテスト
洗浄可能なストロー	流水和頭
徳島大学 荻野 紘	石川県立工業高等学校 越野湖船

独立行政法人工業所有権情報・研修館 理事長賞

パテントコンテスト	デザインパテントコンテスト
ミシン目制作機	Twineknob
兵庫県立西脇工業高等学校 黒崎麻衣 久保純菜 植山莉帆	大同大学 合田彩乃

震災復興応援賞

パテントコンテスト	デザインパテントコンテスト
ネジ軸を用いた横幅調整動力伝達機構	エマージェンシーライト
熊本高等専門学校 池田匠望 甲斐雅章	岩手県立産業技術短期大学校 畠山耀之亮

コンテストと 特許・意匠権取得 までの流れ

コンテストで優秀な作品が決まり、特許・意匠権取得・事業化へとつながる道を見てみよう！



若い人材に平等に開かれた 知財ビジネスへの登竜門

パテントコンテスト、デザインパテントコンテストは、日本の次世代を担う若い人材であれば、誰でも応募可能だ。審査の結果、優れた発明として表彰されると、主催者の支援を受けながら出願書類の作成や特許庁への出願、特許庁による審査などを体験し、現実の特許権や意匠権を取得することが可能。過去には、高校生が登録した特許が事業化に成功した例もある。アイデア次第では正規の手続きで権利を取得した場合よりも、はるかに少ない投資で、知財ビジネスにチャレンジすることもできそうだ。

どのようにコンテストへ参加するか、その方法から権利取得までの各過程について、順を追って流れを見てみよう。

コンテストを主催 する「INPIT」って？

INPIT＝独立行政法人工業所有権情報・研修館は、特許情報の提供や公報閲覧、審査審判資料の提供などを行っている。2015年度には、中小企業からの知財に関する各種相談や、高度で複雑な支援依頼に対して効果的に対応するため「知財活用支援センター」を設置。知財についてのさまざまなサービスを通して、産業社会の発展に貢献することを目指している。



- 1

ウェブで参加登録して 応募書類を作成・郵送

まず参加したいコンテストの公式ページにアクセスし、参加登録する。応募書類のひな型をダウンロードして、書類を作成。指定の提出先に郵送する。
- 2

応募書類の審査・選考

応募書類は、主催者と学識経験者で構成される選考委員会によって審査される。委員長は、宇宙飛行士で日本科学未来館館長の毛利衛氏が務める。
- 3

優れた発明・意匠を表彰



優れた作品は、「優秀賞」として選ばれ、出願支援を受けられる。また、その中から、「選考委員長特別賞」「日本弁理士会 会長賞」「独立行政法人工業所有権情報・研修館理事長賞」なども選ばれる。
- 4

発明・意匠の特許出願書類の作成

特許・意匠登録出願支援対象者に選ばれると、弁理士の個別指導を受けながら、出願書類を作成する。

メリット
無料で
弁理士の相談が
受けられる！
- 5

特許庁に出願

特許庁に、特許または意匠登録の出願書類を提出する。特許出願料や意匠登録出願料、審査請求料などの費用も主催者が負担してくれる。

メリット
特許出願料・審査
請求料または意匠登録
出願料はコンテスト
主催者が負担！
- 6

特許庁の審査

特許庁の審査を受けた後、拒絶理由通知などがあつた場合、意見書などの作成について、あらかじめ弁理士の個別指導を受けることができる。
- 7

特許・意匠権取得

登録査定後、権利取得には特許料や意匠登録料が必要だが、これも第1～3年分は主催者が負担。以後、権利維持する場合は自費となる。

メリット
特許料や意匠登録料の
第1～3年分を
主催者が負担！

応募常連校の秘密を探る！

パテントコンテスト、デザインパテントコンテストには毎年応募する常連校があり、各賞を受賞している。そんな常連校の創造の秘密とは!?

ロボコンなどでも有名な…

香川高等専門学校の場合

パテントコンテストを 知財教育に活用！



香川高等専門学校は、高松キャンパス(写真)と詫間^{たくま}キャンパスの2つがある。

学科内から全校へ その先にあるコンテスト

独立行政法人 国立高等専門学校機構 香川高等専門学校(以下、香川高専)は、1962年に創設された国立高松工業高等専門学校(高松高専)と、1949年に官立無線電信講習所が改称した詫間電波高等学校を前身として1971年に設置された国立詫間電波工業高等専門学校が合併し、2009年に誕生した。そのため、高松キャンパス

と詫間キャンパスという、直線距離にして約40km離れた2つのキャンパスを持つ。

「豊かな人間性を有し創造力に富む実践的な技術者の育成」と「地域における知的拠点としての社会貢献」を使命に掲げる同校は、中学卒業後に5年間学ぶことになる本科7学科、本科を卒業した後で2年間学習し大学卒業と同じ学士号を取得できる専攻科2科で構成される。

高松キャンパスには、本科の機械工学科など創造基礎工学系4学科と専攻科の創造工学専攻があり、創造的「ものづくり」の分野で活躍できる技術者を養成。一方、詫間キャンパスには、通信ネットワーク工学科など電子情報通信工学系3学科に加え、専攻科の電子情報通信工学専攻があり、先端的「電子情報通信」の領域で活躍できる技術者の育成を目指している。

香川高専がコンテスト常連校になっている理由は、実はコンテストを知財教育として活用しているため。同校の中でも、特にコンテストに関してけん引役になっているのが、高松キャンパスにある機械電

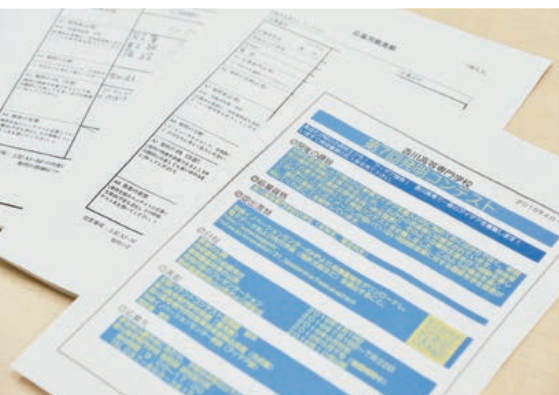
子工学科だ。同学科では、1年生と5年生の授業の一環として、毎年発明コンテストを開催。その応募書類は、ほぼそのままコンテストの応募書類として転用できる。

同学科で学生たちの指導に当たる嶋崎真一准教授は「5年生には『1年生に負けたら恥ずかしいぞ』とハッパを掛けています。その一方で、1年生には『発明はアイデア勝負。学年は関係ない』と言って、やる気を起こさせます」とニヤリ。その効果もあって、両学年から毎年数件は“おっ！”と思わせる作品が提出されるという。

さらに同校では、本科生、専攻科生を問わず、全在校生に応募資格がある校内



校内で行われている知財教育。校内で優れた作品が選抜され、コンテストに応募する。



香川高専の全学生を対象にした校内発明コンテストの告知と応募書類

の発明コンテストも毎年開催。機械電子工学科の授業で行う発明コンテストで高い評価を得た作品は、そのまま校内発明コンテストに提出されることになる。そして、校内発明コンテストの優秀作品が、香川高専の代表としてパテントコンテストに推薦されるという、三段構えの体制になっている。

校内発明コンテストを主催する香川高専地域イノベーションセンター長の岩田弘



機械電子工学科 准教授
嶋崎真一博士(工学)

東北大学大学院工学研究科修了後、同大学院環境科学研究科などを経て、2014年から現職。

教授は「校内発明コンテストは、校外の知財に詳しい方に知財アドバイザーとして加わっていただき、プロの視点から厳正に審査するようになっています。ですから、ここで入賞した作品は、自信を持ってパテントコンテストに送り出すことができます」と胸を張る。

目指すは前回のリベンジと もう一歩進んだ知財の指導

パテントコンテストでの活躍だけでなく、知財教育に関しても全国的に高い評価を得ているという香川高専。同校の今後の展望を尋ねると「昨年のパテントコンテストでは詫間キャンパスの作品が入賞していますが、高松キャンパスの作品は過去2回、入賞がありません。年々応募作品数が増え厳しくなっていますが、必ずまた高松キャンパスから入賞作品を出したいですね」と嶋崎准教授。

岩田教授は「今までに本校の学生が取得した特許や実用新案は、実はビジネスにつながったものはありません。知財は取得することが目的ではなく、ビジネスになってこそそのもの。学校が直接ビジネスに関わることはありませんが、香川高



地域人材開発本部副本部長 / 地域イノベーションセンター長 機械工学科 教授
岩田弘博士(工学)

静岡大学大学院工学研究科修了後、香川県庁を経て2006年高松高専教授就任。現在に至る。

専の学生がビジネスにつながる知財を取得できるように、指導していきたいと思っています」と意気込みを語った。

独立行政法人 国立高等専門学校機構 香川高等専門学校

学生寮、学生相談室、キャリアサポートセンターなどの設備があり、学生支援体制も万全。地域の産業界と連携したり、国際交流にも力を入れており、地域における知の拠点としての社会貢献を進めている。<http://www.kagawa-nct.ac.jp>

コンテストの応募要件は？

パ テント、デザインパテントコンテストの詳しい応募要項は、例年4月に発表されている。応募の締切は9月となっているので、要項が出される前から準備しておくのがベスト。

ただし、平成29年度の募集要項は前年度から大幅に変更されることが予定されている。参考までに平成28年度の要項の抜粋を掲載。

応募できるのは、日本国内の生徒および学生。学校区分により部門は高校

部門(高校生、専修学校の高等課程の生徒)、高専部門(専攻科を除く高等専門学校の学生)と大学部門(社会人学生等職業に就いている者と大学院生を除く大学生、短期大学生、高等専門学校の専攻科の学生、専修学校の専門課程の生徒)の3つだ。

コンテストでは、応募できるアイデアの要件を次のように定めている。

- ①特許法に定める発明であること
- ②応募者の創作であること(他人のア

イデアではないこと)

- ③公に発表されていないこと
 - ④他のコンテストに応募していないこと、また、選考結果が出るまで(表彰者については出願手続きが済むまで)他のコンテストに応募しないこと
- などとなっていた。

要項は、INPITのホームページ上で公開予定なので、ときどきチェックしてみよう。<http://www.inpit.go.jp/jinzai/contest>

大幅改訂を予定している応募要件

世界をリードする企業を数多く擁するアメリカ合衆国は、いわば知財先進国であり、知財のあり方を探る上でこの国を抜きには語れない存在です。米国において最前線に立つジェットロNYの活動を通じて現地の状況を紹介します。

ジェットロ・ニューヨーク事務所 (アメリカ合衆国)

ホームページはこちらを **CLICK!**

565 Fifth Avenue, 4th Floor, New York, NY 10017, U.S.A.

特許の保護か自由化か 揺れ動きながら先行き不透明

米国において最初の連邦特許法が制定されたのは、1790年。その後、1930年代の大恐慌を機に、特許によって利益を独占する一部の者に対する批判から、反トラスト法規が強くなり、「アンチパテント」の風潮が高まります。しかし、1980年代から2000年へかけて、各産業界のイノベーションが加速化する時代となり、21世紀へ向けて国際競争力を強化するために、米国は、特許を重視し発明や技術を保護する「プロパテント」政策へと転換することになりました。

さらに、米国は長い議論を経て(13ページ『知財制度POINT』参照)、2011年に新特許法AIAを成立させ、先願主義に移行しました。

一方、質の低い特許や米国特有の訴訟制度を悪用した「パテント・トロール」と呼ばれる者が横行。日本とは違い、証拠を固めなくても容易に訴訟を起こせるため、クオリティに問題のある特許を盾に訴訟をちらつかせて、製造業者や製品を販売する小売り業者などから金銭を巻き上げるビジネスが問題になっています。「パテント・トロール」の被害に遭っているのは、主にIT業界の企業。一つの製品に数千あるいは数万という特許技術が使われるのですから、格好の標的になりやすいわけです。そのため、IT業界を中心

に、特許権を制限すべきとの声が上がっています。一方で、一製品一特許のバイオ・製薬系業界・アカデミアなどは、これに真っ向から反発。さらに、トランプ大統領の就任により、今後知財政策がどのような方向に進むのか、注視していく必要があります。

60万件もの特許・商標出願の トップを占める国は日本

現在、米国における特許、商標の出願は増加傾向にあります。約60万件の特許出願のうち、約9万件が日本からの出願であり、出願人の国別において日本はトップです。同じアジアにおいて経済成長が注目される中国や韓国でさえ、出願件数は日本の半数程度。この事実は、いかに日本が世界的に技術革新のカギを握ってい

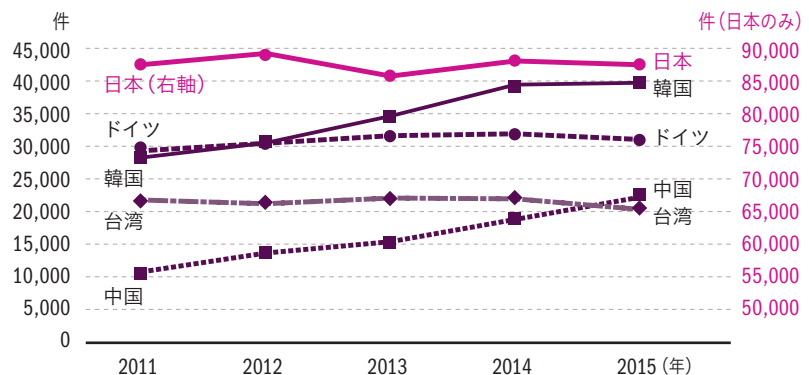
るかの証しではないでしょうか。

事実、当事務所には在米の日系企業を中心に、知財事情一般から米国特許商標庁の施策、訴訟に関する質問まで、幅広く多数のお問い合わせをいただいている状況です。特に米国での訴訟は、証拠開示手続き(ディスカバリー制度)や陪審員制度など日本と異なるため、その後の訴訟も考慮して情報提供などを行い、その後は法律の専門家につなぐといった対応を行っています。

セミナーや勉強会などで 日米知財関係者の交流を支援

また、特許取得を望む日本の方々をサポートを行うため、米国の知財事情をこちらから発信する意味で、当事務所のホームページに平均して月2、3回程度の

主要国・地域からの米国への特許出願件数



USPTO年報(過去分を含む)を基に作成

アメリカ 合衆国の 知財制度 POINT



アメリカ合衆国では、憲法によって発明者を保護することが定められています。米国はこれまで最初に発明した者が特許を取得できる「先発明主義」でしたが、2011年、オバマ政権時に新特許法AIA (America Invents Act) が成立。先に出願した者が権利を取得できる「先

願主義」へと移行しました。米国で特許の審査を行うのは米国特許商標庁 (USPTO)。また、日本では特許、実用新案、意匠、商標の4つの法律 (権利) があるのに対し、米国では特許法 (デザイン特許含む) と商標法のみ。新政権となり今後の特許行政が注目されています。

Reported from
JETRO New York
今村巨知財部長



こんにちは!
ジェトロNY
知財部です。

更新頻度で、議会や米国特許商標庁の動き、重要な判決などの情報を掲載しています。また、知財関連情報を配信する会員制のメーリングリストも作成しました。現在、日米合わせて1,500名程度の方が登録中です。

さらに取り組みを進めるため、翻訳やリサーチの会社など米国知財関連の情報を網羅した「米国知財便利帳」も鋭意作成中です。そして何より、米国知財制度の“最大のユーザー”である日本の知財関係者の声を米国側に届けるのが、私たちの役割と考え、両者をつなぐ勉強会、セミナー、交流の場を設けるのに力を注いでいます。



NYから最新情報を発信しています。

日本の知財関係者に対する 有益な情報発信へ向けて

日本と米国をつなぐという意味では、訴訟関連専門の弁護士や米国税関職員など、米国から専門家を招き、模倣品対策や訴訟対策のためのセミナーも、東京、

大阪、名古屋などで開催。海外展開で模倣品に手を焼く国内メーカーの方などから好評をいただいています。

また、日本政府による政策である「INVEST JAPAN 対日直接投資推進」の一環として、日本進出を考えている米国企業に、日本にビジネス拠点を置くメリットなどを紹介する取り組みも、ジェトロ全体のミッションとして進行中です。米国側からすれば、日本でのビジネスには言語の障壁がありますが、わが国の技術力、生産能力を高く評価する米国企業は実に多い、という実感を得ています。

今後も、アメリカ合衆国および当事務所の管轄である中米の知財情勢に関する情報収集に全力を傾けて、日本の知財関係者に向けて有益な情報発信ができるよう努めていきます。そして、審査スピードの向上と共に、「パテント・トロール」による被害を防ぐための質の高い審査を熱望する日本企業の声を、米国政府に届ける活動に注力していきます。



毎月、米国IPG (Intellectual Property Group) セミナーを開催しています。

TOPICS

日本のユーザーと 特許商標庁が直接対話

2015年から、米国特許商標庁と最大の“顧客”である日本の知財関係者との直接対話の機会 (通称IP-PAC: Intellectual Property Partnership Conference) が年に1回設けられている。日本側の参加者は日系企業の知財担当者や弁護士など。



2016年10月に米国特許商標庁で開催された直接対話の様子。

模倣品流入を阻止する 真贋判定セミナー

模倣品の国内流入を水際で阻止するために、税関職員に対して製品の真贋を見極める真贋判定セミナーを2017年2月に実施。税関職員を対象としたものは他にはなく、ジェトロが米国で開催するのは初めて。今後、各税関を対象として順次開催予定。



米国税関の一つ、カリフォルニア・ロングビーチでセミナーを開催。

January

1月

16日、17日

Pick Up

ネイプスラウンドテーブル 特許専門家会合に参加しました

1月16日および17日に、フロリダ州ネイプスでネイプスラウンドテーブル特許専門家会合が開催され、米国における知財の最新動向や国際的な最新のトピックなど、特許制度等を取り巻く課題について多くの議論が行われました。小宮長官からは「第四次産業革命に対応した知的財産戦略に向けた取り組み」と題した特別基調講演がなされ、当該内容につき活発な議論がなされました。



Calendar

23~25日

中国における商標制度を管轄する中国国家工商行政管理総局 (SAIC) 経済情報中心の付宏偉 (Mr.Fu HongWei) 副主任ら一行が、同局の商標出願システムを含む電子システム改善のため、特許庁の電子システム全般に関する意見交換を目的として、特許庁を訪問しました。 **1**



24日

「産業構造審議会知的財産分科会商標制度小委員会第23回商標審査基準ワーキンググループ」を開催しました。本ワーキンググループでは、主に商標の不登録事由 (商標法第4条関連) に関する商標審査基準改訂案について審議を行いました。 **2**

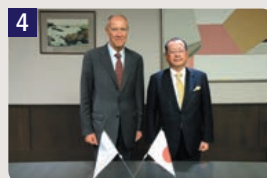


フィリピン知的財産庁のサンティアゴ長官が特許庁を訪問し、小宮長官と今後の二国間協力について意見交換を行いました。 **3**



31日

世界知的所有権機関 (WIPO) のガリ事務局長と小宮長官が会談しました。会談では、ガリ事務局長から、WIPOに対する我が国の貢献へ感謝の言葉が述べられ、国際的な知財制度の発展に向けた我が国とWIPOとの協力について意見交換を行いました。 **4**



February

2月

13日、14日

Pick Up

「グローバル知財戦略フォーラム2017」を開催しました

2月13日と14日に、「グローバル知財戦略フォーラム2017」を開催しました。

「超スマート社会を見据えたビジネス・知財戦略及び地方創生の新展開」をテーマに、第四次産業革命や地方創生に向けてイノベーション創出に取り組む大企業、中小・ベンチャー企業等の事業戦略・知財戦略・人材育成を論点とする講演・パネルディスカッションを行いました。

また、中小企業の海外展開事例を基にした知財経営セミナー、知的財産に関する無料相談会、特許等検索支援ツールの紹介等も行いました。



Calendar

6日

「産業構造審議会 知的財産分科会 意匠制度小委員会 第10回意匠審査基準ワーキンググループ」を開催しました。本ワーキンググループでは、意匠制度の利便性向上に向けた運用の見直しのため、「新規性喪失の例外規定の適用に係る運用の明確化」および「願書及び図面の記載要件並びに参考図の取扱い」について、意匠審査基準の改訂の方向性について検討を行いました。 [1](#)



6～22日

各国の知財弁護士や裁判官を対象とした途上国研修「知財保護法律家コース」を実施しました。この研修では、知的財産権に関する法律家としての専門能力を高めるために、各国法制度の比較、産業財産権侵害判断の手法、知的財産権侵害訴訟事例等における講義を受けるとともに、民間企業や知的財産高等裁判所への実地見学を行いました。 [2](#)



28日

「産業構造審議会知的財産分科会特許制度小委員会第11回審査基準専門委員会ワーキンググループ」を開催しました。本ワーキンググループでは、IoT関連技術等に関する事例の充実化について、審議が行われました。 [3](#)



日本国内での認知度向上とシェア拡大！ 制度を活用した取り組みで高い市場評価



寒冷な気候と低い飼育密度によって、軟らかく癖のない味が特色のカナダポーク。2006年当時、カナダ産チルドポークは約5万トンと、アメリカ産の約3分の1程度。そこで、カナダ豚肉の輸出促進を目指す非営利団体カナダポーク・インターナショナル（CPI）は、地域団体商標制度を活用して2006年に商標登録および地域団体商標登録を申請、日本でのブランド戦略をはじめた。2010年のCPI日本事務所設立により強化された宣伝活動などによって、カナダ産チルドポークの対日輸出量は約12万トンに増加。カナダポーク産業の取り組みが日本市場で高い評価を受け、小売りチェーンや外食産業などの取り扱いが増えており、今後も期待が高まる。

海外

地域ブランド紀行

海外ブランドを日本で盛り上げようと、地域団体商標制度を利用して、ブランドの保護・振興を行っている逸品をご紹介します。

北イタリア・パルマの伝統食品として広く知られている「パルマハム（Prosciutto di Parma）」。パルマハム協会は、さまざまな輸出市場においてパルマハムのブランド保護に積極的に取り組んでおり、日本市場に輸出を開始した1996年からは日本国内でのブランド保護にも注力。ブランドの悪用や不正利用に対して、より強い法的措置が可能になることを期待し、地域団体商標の登録申請を行った。一方で、日本国内でのブランド周知活動も展開。展示会への出展、記者会見、プレス向けイベント、調理人向けセミナーなどに注力し、さらに、農林水産省が2015年に施行した地理的表示（GI）保護制度に登録申請。早ければ年内に日本国内で登録される見込みだ。



パルマハム

伝統的なブランドの保護を目的に商標申請し
積極的な周知活動でブランド力をさらに強化！