

PATENT Attorney®

パテント・アトニー

秋

VOL. 59

日本弁理士会広報誌

2010

●「PATENT ATTORNEY」は「弁理士」のことです。



●ヒット商品はこうして生まれた
●保温性を格段に高めた吸湿発熱素材
●「プレスサーモ」
●特許調査よりもやま話 ■ジャーナリストこぼれ話
●知っておきたい！この技術トレンドにつく（光触媒）
●シリーズ特産品（鴨川納涼床）
●知的財産権なんでもQ&A ●漫画「なすびくんのお仕事」
●特許庁からのお知らせ ●JPAA Information

知的財産権なんでもQ&A

Q 他社のパンフレットに、自社の独自技術を利用したような商品が「特許出願中」として記載され、特許出願公開番号が記載されていました。特許出願公開公報を調べると、その発明は自社の独自技術に酷似したものであることが分かりました。この発明が特許されるのを防ぐために、できることはありますか。

A 対象となる特許出願に特定の拒絶理由があることを知らせるために、特許庁に対して情報提供をすることが可能です。

この件の場合では、御社の技術内容を記載した刊行物であって対象となる特許出願の出願日より前に発行されたものや、この特許出願の発明に関連する技術が掲載された文献等を特許庁に提出し、これら刊行物を根拠に、この特許出願の発明が「新しい技術でないこと」や「同じ分野の技術者であれば、容易に思いつく技術であること」を主張することができます。この情報提供は匿名でも行えます。

情報提供の手続きはご自身で行うことができますが、効果的な情報提供を行うためにはお近くの弁理士にご相談ください。

◎このコーナーでは知的財産権に関する皆さまの質問にお答えします。質問事項を記載して、下記の住所にハガキ又はFAX.03-3519-2706で日本弁理士会 広報・支援・評価室「Q&A係」までお送りください。



特許庁からのお知らせ

中小企業支援策の紹介

我が国の産業基盤を支えるとともに、地域経済の担い手として大きな役割を果たす中小企業や、新規産業の創出が期待されるベンチャー企業等に対して、特許庁では「中小企業の知的創造」から「事業化」までを様々な施策を通じて総合的に支援しています。

ここでは、①中小企業等特許先行技術調査支援事業、②審査請求料・特許料の減免措置、③早期審査制度の支援策について紹介します。

①**中小企業等特許先行技術調査支援事業**
中小企業等の特許出願について、審査請求前のものに限り、出願人本人及び出願代理人の依頼に応じて、特許庁から委託を受けた民間調査事業者（22年度は16社）が無料で調査をし、その結果を出願人へ送付します。審査請求をするか否かの見極めに役立ちます。

②**審査請求料・特許料の減免措置**
個人、法人（非課税法人）、研究開発型中小企業等を対象に審査請求料及び特許料（第1年分から第3年分〈一部、第1年分から第6年分〉）の納付について、一定の要件を満たした場合、軽減又は免除等の措置を受けることができます。

③**早期審査制度**
中小企業が早く特許として権利化したい場合に、早期審査に関する事情説明書の提出を行うだけで、一次審査結果通知までに通常約29ヶ月かかるところを、現在は平均約2ヶ月で最初の審査結果が通知されますので、審査順番待ち期間を大幅に短縮することができます。

■なお、今回紹介した支援策を含めた中小企業等支援策の詳しい内容については、特許庁のホームページ（<http://www.jpo.go.jp/indexj.htm>）をご覧ください。



PATENT ATTORNEY [パテント・アトニー]
●平成22年9月22日発行 第59号 ●無断転載禁止 ●編集／日本弁理士会広報センター ●発行／日本弁理士会
●〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2 ●電話 03-3581-1211(代) ●FAX 03-3581-9188

意匠の底力キャンペーン キャンペーンマーク& キャッチフレーズ募集!!

◆募集内容

意匠登録制度の重要性に注目してもらうためのキャンペーンマーク及びキャッチフレーズを募集します。

◆応募作品の規格

- ① **キャンペーンマーク**：プリントアウト時に8cm×8cm前後で使用することを想定し、意匠登録制度をモチーフとしたマークを創作してください。
- ② **キャッチフレーズ**：意匠の力を伝え、意匠出願を一層増やすためのフレーズを創作してください。

◆応募方法

「氏名」「住所」「連絡先（電話番号）」「職業（学校名）」を明記の上、郵送してください。

◆入賞賞金

- ① キャンペーンマーク……………大賞1名・10万円
- ② キャッチフレーズ……………大賞1名・10万円
- ③ キャンペーンマーク、キャッチフレーズにかかわらず……………佳作10点・各5,000円の図書券

◆募集期間

2010年9月1日(水)～10月31日(日)



アナタのチカラで、
意匠登録制度の
重要性を伝えよう!

お問い合わせ・応募先

日本弁理士会
第2事業部 業務国際課
意匠委員会担当
〒100-0013
東京都千代田区霞が関3-2-6
東京倶楽部ビル14F
TEL.03-3519-2703
FAX.03-3581-1205
詳しくは、日本弁理士会
ホームページをご覧ください。
<http://www.jpaa.or.jp/>



「鴨川納涼床」は、寛永2年(1662年)頃の著書に平安京の年中行事として記されており、祇園会(現在の祇園祭)の関連祭事として、四条河原一帯において大祓いの神賑(かみにぎわい)として始まったとされます。また、昔の文献「鴨川納涼図」には、豊臣時代の頃に裕福な商人が遠来の客をもてなすのに川の浅瀬や中州に床几を置き、宴を開いていたとあります。

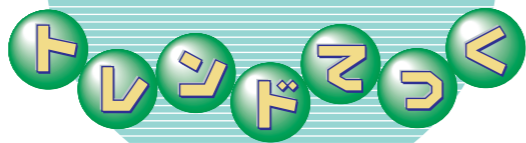


現在では、90軒以上もの店が、5月1日から9月30日までの間、京都の繁華街を縦断する鴨川の二条から五条までの間の河原の上に木組みの床を作り、料理を提供しています。近年、京料理に限らず、洋食、中華、エスニック、カフェと床は多様化し、それに伴い利用する人も若い人へと広がっています。川床を許可する窓口である京都鴨川納涼床協同組合は、「納涼床設置規則」を定め、納涼床の文化風習を継承し、未来に伝えていくため尽力しています。

このコーナーに掲載御希望の方は、「特産品」のプロフィール・連絡先をFAX:03-3519-2706までお送りください。



知っておきたい!この技術

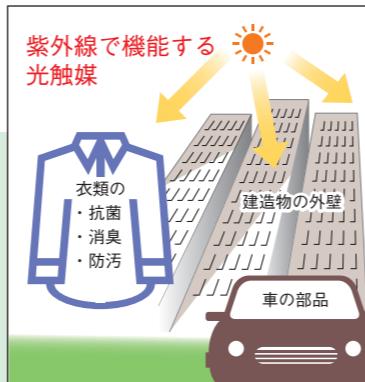


光触媒

光のエネルギーによって特定の化学反応を促進する材料を光触媒という。現在は主に酸化チタンが使われている。酸化チタンは従来から無害とされており、白色顔料として塗料、紙などに広く利用され、化粧品にも添加されている。光触媒として製品開発が本格化したのは1990年代半ばからだ。チタン原子は地表で10番目に多く含まれる物質で、太陽光などの紫外線で機能することから、環境負荷低減にも貢献する。

酸化チタンは400nm以下の波長の紫外線を吸収する。機能は、表面に付着した有機物の酸化分解と、親水性を利用した防曇効果に大別される。前者を利用したものに外装材、道路資材、建造物の塗料など、後者を利用したものに自動車のバックミラーなどがある。さらに、添加物を加えることで可視光に反応する光触媒の技術開発が進み、用途拡大が図られている。

光触媒は、酸化チタンが水を酸素と水素に分解する機能の発見から生まれた技術である。酸化チタン以外にも、光触媒になる物質があり、高効率かつ低コストで水素エネルギー生産を可能にする光触媒の開発も進められている。



ミズノ株式会社のブレスサーモは、人の皮膚から蒸散する水分(不感蒸泄)を吸着熱に換え、従来品より保温性を格段に高めた画期的な素材である。商品化から10年余りを経た現在、同社の冬の戦略素材となっている。開発の出発点は、スキーウェアの高機能化だった。開発者である同社研究開発部主任研究員の荻野毅さんは、学生時代の登山やスキーの経験から、ウールや羽毛素材の保温性の高さを知っていた。当時、保温性を獲得する3要素とされていた熱伝導、対流、輻射では、その温かさは論じられない。「吸湿発熱」という仮説をたて、吸湿性の高い新素材を探していた荻野さんが1992年に出会ったのが、医療用乾燥剤のポリアクリレート系繊維だ。試料に、手元にあったお茶をかけたら、ぐつと熱くなった。「これだ!」と思った荻野さんは振り返る。

この繊維は高い吸湿・放湿性に加えて防菌防臭、消臭、pHコントロール機能などを併せ持つ。しかし、原綿自体がわりと濃いピンク色で、染色座席がなく染まらない、繊維強度も弱いなどの欠点があった。荻野さんは吸湿発熱素材としてのテキスタイル化に挑んで、さまざまな素材と混紡、交編の試行錯誤を重ねた。最大の問題は、衣類としての品位だった。当初の試作品は毛玉がでやすい、すぐによれよれになる、発色が悪いなど、とても商品化できないものだったという。

ブレスサーモ最初の商品は、94年リレハンメル冬季五輪の日本チーム公式スキーウェアだが、この時は中綿としての利用だった。紡績、編み、染色技術が確立した96年には、バブル崩壊でスキー市場は縮小していた。アウトドア向けアンダーウェアで黒やネイビーなど、ブレスサーモを染めやすい色が主流だったこともあり、97年12月に登山用のアンダーウェアを市場に投入した。利用者から「こういう商品 waited いた」「びっくりするほど温かい」などの声が寄せられ、追加投入分も含めて、年内に完売した。99年からは同社の製品分野すべての冬物衣料にブレスサーモをラインナップするとともに、一般向けのアンダーウェアも商品化して新規市場を開拓した。また、コートや布団の中綿などにも採用されている。

テキスタイル化には3年余りを要したが、吸湿発熱の概念特許は、93年春に出願している。ポリアクリレート系繊維と出会うて約半年後のことだ。そこには、吸湿発熱素材のパイオニアとして、この発明を守りたいという強い思いがあった。「パテントを活かし、専門性のあるところでブレスサーモの機能性をアピールして、もつと用途を広げていきたい」と語る荻野さんには、未知なるさまざまな可能性が見えているに違いない。

ヒット商品は、こうして生まれた!

ヒット商品を支えた知的財産権

VOL.

59

保温性を格段に高めた吸湿発熱素材「ブレスサーモ」

特許 第2028467号 ほか



入した。利用者から「こういう商品 waited いた」「びっくりするほど温かい」などの声が寄せられ、追加投入分も含めて、年内に完売した。99年からは同社の製品分野すべての冬物衣料にブレスサーモをラインナップするとともに、一般向けのアンダーウェアも商品化して新規市場を開拓した。また、コートや布団の中綿などにも採用されている。

特許調査もやま話

特許出願に添付する「特許請求の範囲」には、出願人が権利を取得したい内容(権利範囲)を記載します。一般に、その文章が長いほど権利範囲が狭くなり(構成要件が増えますので)、短いほど権利範囲が広がります。現実の公開特許公報の中から、特許請求の範囲の「請求項1の文章」が短いものを紹介します。「碧玉を含む消臭剤」(特開平8-206184)、「卵白を有する海苔」(特開平6-311872)、「天蚕絹の不織布」(特開平6-264393)などは、発明の特徴を一応は表現していて、かつ、非常に短い権利範囲です。「穴付畳」(特開平8-82075)は3文字であり、発明の特徴を示しているものとしては、おそらく最短の部類でしょう。一方、「計算機」(特開平7-143215)、「自動販売機」(特開2007-233927)のように、単に技術分野だけを記載していて、発明の特徴を記載していないものは、権利範囲としては不適格であり、短くても価値がありません(権利が成立する可能性はゼロです)。(弁理士 鈴木利之)

技術の継承



伊勢神宮では平成17年から、第62回式年遷宮の行事が実施されている。20年に一度、中心的な建物や周囲の関連建物などを新調し御神体を移すもので、第1回の690年から現在まで、中断する時期を挟みつつも、現在まで1300年間続けられているという。遷宮の実施理由は複数あるとされ、そのひとつに宮大工や工芸職人への技術継承がある。現実的な話として、公式の広報は今回の遷宮経費を約550億円と試算している。



近年日本では政治が不安定な状態が続いていると言われ、その中でも、なにかと公共事業は議論の中心になっている。政権交代時には、予算配分における無駄な公共事業費の削減と他への配分を示す「コンクリートから人へ」が話題になった一方で、「社会基盤整備が無駄だ」という誤解を生むという抗議もあった。イメージダウンによる土木技術者を志す若手の減少も深刻だという。

この世の中に、維持されるのが当たり前前の技術は存在しない。それは個々の技術が高度化したことで発達した今も、昔も変わらない。でも我々はいっだって、快適な環境に容易く慣れきってしまう。(鈴木)