

弁理士ジョージの相談室 Q & A



はじめまして。加藤と申します。よろしくお願いします。



弁理士の西屋ジョージです。こちらこそよろしくお願いします。



弁理士の方にお会いするのは初めてですわ。弁理士って、どのようなお仕事をなさっているんですか？



弁理士というのは、特許や、意匠、商標などの知的財産、略して知財と言ったりしますが、この知財を取り扱う専門家です。主な仕事は、この知財に関する権利、知的財産権を取得したい方を代理して特許庁への手続きを行うことです。それだけじゃなくて、知的財産権全般にわたって、その取得や活用などについて相談を受けたりアドバイスをしたりもしています。



知財や知的財産という言葉、最近よく聞いたり、見たりしますけど、その専門家でいらっしゃるのね。まだ新しい職業なのかしら。



弁理士という職業は、明治時代からあるんですよ。1899年の「特許代理業者登録規則」の制定が、その始まりとされていますから、今年の2019年で120周年を迎えたんです。



120年ですか！そんなに昔から、長く活躍されていたんですね、失礼しました。



弁理士は、明治、大正、昭和、平成と、日本の知的財産制度の発展に尽力してきました。特に平成に入ってから「知財立国」が標榜されるようになり、我々弁理士の果たすべき役割の重要性は増えています。平成から令和になっても変わらず、日本の「知財立国」の実現に向けて、一人の弁理士として職務を果たそうと思っているんです。



それは素敵ですね。これからのご活躍も期待していますわ。

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、FAX:03-3519-2706又は、メール panf@jpaa.or.jpで日本弁理士会 広報室「Q&A係」までお送りください。

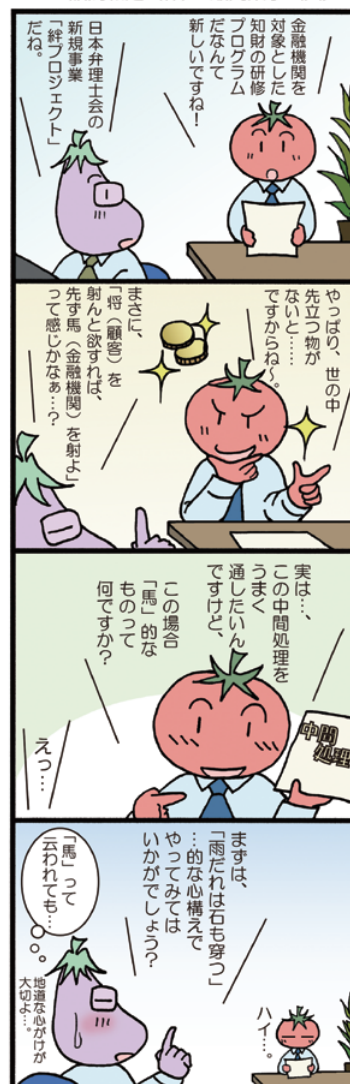


日本弁理士会マスコットキャラクター“はっぴょん”

「はっぴょん」は弁理士制度100周年に当たる1999年に誕生しました。？マークが帽子をかぶっているようで面白いでしょう。「はっぴょん」の名前の由来は「アイデアが「はっ」と湧いたら「びょん」と弁理士に相談してね」です。はっぴょんは、私たちの生活に関わる知的財産についてわかりやすく教えてください。

なすびくんのお仕事

版聞和之（作） 飯岡菜子（画）



PATENT Attorney

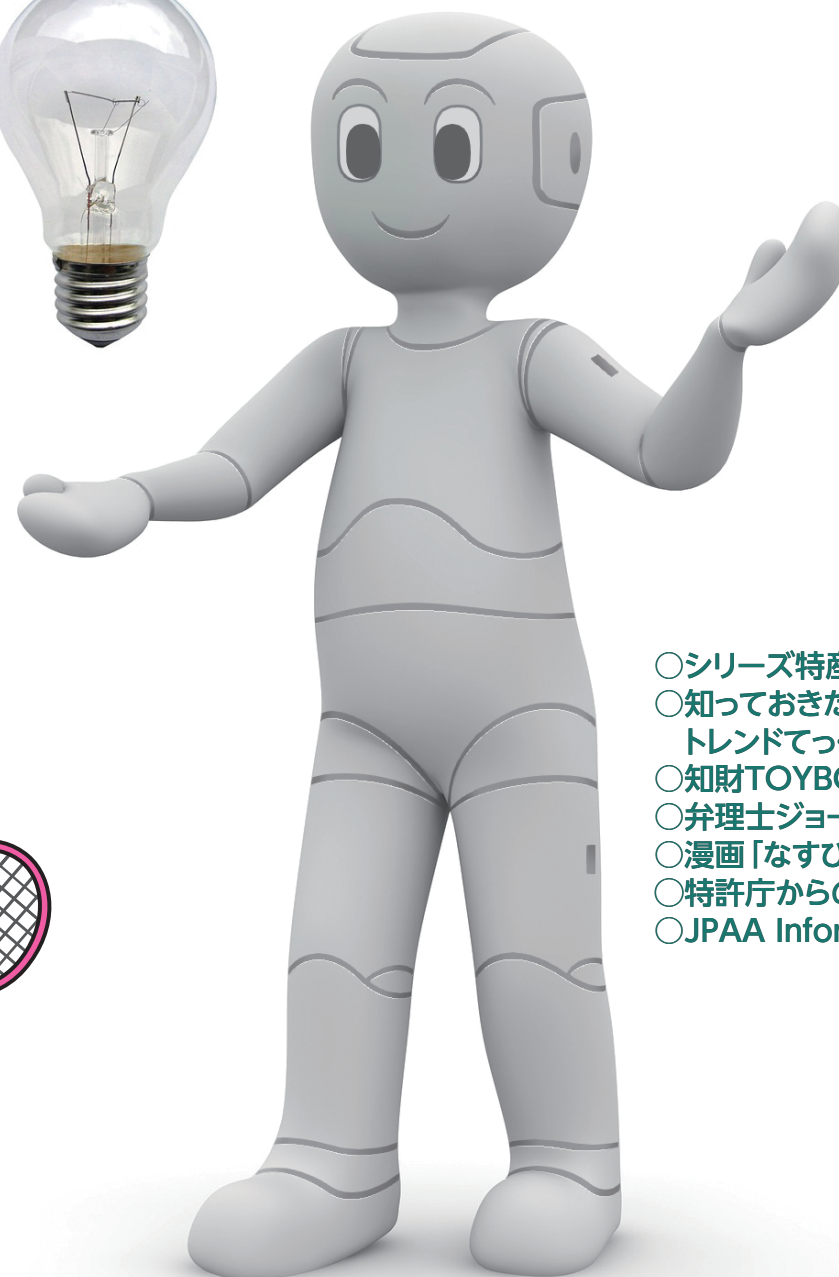
パテント・アトニー

●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

作って走らせ、
さらに改造して競う
精巧な車の模型

「ミニ四駆」



- シリーズ特産品(糸島カキ)
- 知っておきたい! この技術
トレンドてっく(VRとAR)
- 知財TOYBOX
- 弁理士ジョージの相談室
- 漫画「なすびくんのお仕事」
- 特許庁からのお知らせ
- JPAA Information

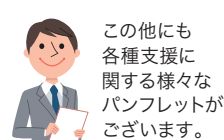
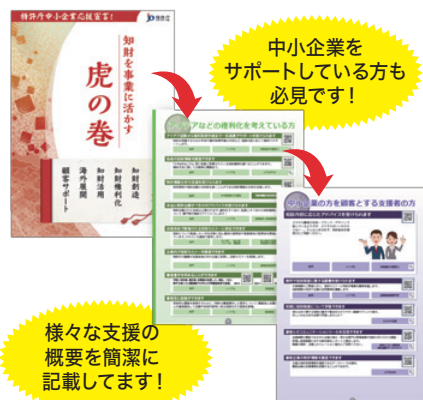
特許庁からのお知らせ

中小企業向け

「知財を事業に活かす虎の巻」をご活用ください!

知財に関する様々な支援策について、これ1冊でまるわかり!

「アイデアなどの権利化を考えている方」、「取得した権利を活用したい方」、「海外展開を目指す方」、「中小企業を支援する方」と対象別に支援メニューを幅広く掲載しております。



詳しくは

特許庁 パンフレット

で検索

<https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/panhu.html>



様々な支援の
概要を簡潔に
記載してます!

中小企業を
サポートしている方も
必見です!

JPAA Information

冊子「弁理士info」、 「ヒット商品はこうして生まれた!」のご案内

「弁理士info」は、知的財産権制度や弁理士の業務、日本弁理士会の活動などをイラストや図を使ってわかりやすく解説した冊子です。

「ヒット商品はこうして生まれた!」は、本誌の「ヒット商品を支えた知的財産権」の記事を1冊にまとめた冊子です。ヒット商品と知的財産権の関わりについて紹介しているため、知的財産権に馴染みのない方でも興味を持って読むことができます。知的財産や弁理士に関心のある方は、ぜひご覧ください。

《WEB BOOK掲載のURL》

<https://www.jpaa.or.jp/activity/pamphlet/>

冊子を
ご希望の方

一般の方には冊子を原則として無料で差し上げています(送料は弊社で負担します)。ご希望の方は、冊子名・部数・送付先・電話番号を明記のうえ、以下のご連絡先までお問い合わせください。

【連絡先 広報室】

FAX:03-3519-2706 MAIL:panf@jpaa.or.jp



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. 95]

ミニ四駆 MINI 4WD

〔特 許〕第4563193号ほか
〔商標登録〕第2168392号ほか
〔意匠登録〕第1282007号ほか

「 作って走らせ、 さらに改造して競う 精巧な車の模型 」

株式会社タミヤの「ミニ四駆」は1982年の発売以来、累計で1億8000万台超の販売台数を誇るロングセラー商品である。同社は老舗模型メーカーで、精巧な模型、完成度の高いラジコンで国内外の多くのファンを魅了してきた。新たに小学生でも楽しめる製品として開発されたのが、部品点数を減らし、はめ込み式で組み立てるミニ四駆だった。実車の $\frac{1}{32}$ スケールで最初に発売されたのは「フォード・レーンジャー 4×4」と「シボレー・ピックアップ」だった。

1970年代から80年代は、F1やパリ・ダカルラリーも人気で、車への関心が高かったことも背景にあった。

しかし発売当初は期待したほどの反響はなかったという。あまりにも“模型的”な実車モデルに対し、親しみやすいデフォルメをしてはというアドバイスを受け、84年に「コミカルミニ四駆」

シリーズがスタート。さらに86年、「ラジコンの“弟分”」という位置づけで『レーサーミニ四駆』シリーズを出したことがターニングポイントになった」と同社営業部広報担当の三輪一正さんは言う。当時の少年たちがあこがれたラジコンに匹敵するスピード感、カッコ良さをミニ四駆で実現したのである。また、ユーザーが自分の車を持ち寄り、レースができるコースを設計してイベントを定期的開催するようになった。87年には、小学生男子に圧倒的人気を誇っていた『コロコロコミック』（小学館）にミニ四駆を扱った漫画が掲載され、爆発的なヒット商品となった。

全長約15cm、幅約10cmと大人の手の平サイズのミニ四駆は、単なる車の玩具ではなく、自分で組み立てて走らせ、さらに改造できるのが特徴である。発売



開始当時600円ほど（現在でも1000円前後）と子供のお小遣いで購入可能な価格でありながら、モーターだけでなくシャーシ、ギア、シャフトなど実車の構造をきっちり再現している。「ボディのシャープな造形は、模型メーカーとしてプラモデルで培ってきたノウハウから生まれたもので、車を走らせる機能はラジコンによって得た技術です」と三輪さんは言う。改造のためのパーツ、工具も発売されている。自分なりに改造したミニ四駆で、同社主催のレースに参加して競うことを楽しむファンも多い。ミニ四駆はラジコンのように制御できないので、ユーザーはコースアウトしない改造など、さまざまな工夫をこらす。そうしたユーザーのアイディアから生まれたパーツも販売さ

れている。ミニ四駆の改造を通して車の構造に関心を持ち、自動車業界に進んだユーザーも多いそうだ。

ミニ四駆の歴史で特筆すべきなのはメディアミックスである。漫画との連携では、ミニ四駆として発売することを前提に、同社スタッフも加わって登場する車をデザインするという。また、同

社公認レースは国際大会も行われており、広いユーザーの獲得に貢献してきた。また近年ではSNSを通してユーザーの間でさまざまなイベントが行われるなど、裾野は広がっている。ブームに波はあったが、こうした戦略を継続してきたことが、ロングセラーを支えてきた。かつての少年たちが親の世代となった現在、親子でミニ四駆を楽しむ光景も見られるようになった。

商標はもとより、ミニ四駆の機構に関する特許、さまざまなシリーズにおける意匠といった知財で、ミニ四駆の技術と独自性は守られてきた。80年代、90年代には海外で類似品が出たが、性能でまったく問題にならなかったとか。同社に蓄積されたノウハウがつまったミニ四駆は、他社の追随を許さない。



特産品

糸島力キ

商標登録番号：第6142031号



JF糸島力キ養殖漁業部会は、生食用力キの出荷基準を独自に定め、特に貝毒の原因プランクトンの発生状況の調査に関しては、食品衛生法および福岡県の定める基準よりも厳しい基準を設けています。またJF糸島力キ養殖漁業部会では、力キ小屋で発生した力キ殻を土壌改良剤へとリサイクルする取り組みを行っています。土壌改良剤となった力キ殻は田畑で再利用され、田畑で培われた養分は、また雨水等によって川をたどり糸島力キの栄養分として海へ注がれるといった循環型の社会が形成されています。

そうして育った糸島力キは平成30年シーズンには525トンが生産され、力キ小屋だけでなく全国各地へ配送されています。

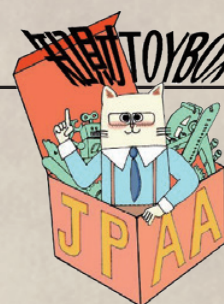
地域団体商標を取得したことにより、会員一同が統一したブランド意識を持ち、さらなる品質の向上、販路拡大を目指しています。



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・連絡先を右記までお送りください。

Fax 03-3519-2706
Mail panf@jpaa.or.jp

知財 TOY BOX 第19話



「さるぼぼ」と立体商標

日本各地には数多くの民芸品が存在しますが、民芸品は知的財産権で保護されないのでしょうか。長年形状を変えない民芸品ですから、新しい創作を保護する意匠や著作権の対象になりにくいと言えます。一方、登録要件として新しさを要求しない商標であれば登録を受けられる可能性があります。商品そのものの形状の立体商標は、使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品であると認識できれば、登録を受けることができます（商標法3条2項）。飛騨地方の民芸品である「さるぼぼ」や福岡県の「太宰府天満宮の鷲」は、それぞれ飛騨のさるぼぼ製造協同組合と太宰府天満宮が、キーホルダー等を指定商品として立体商標の登録を受けています（商標登録5276287号、商標登録5497101号）。このように立体商標は民芸品を保護する一つの手段と言えるでしょう。（弁理士 中川裕幸）

知っておきたい！この技術

トレンドてっく

VRとAR

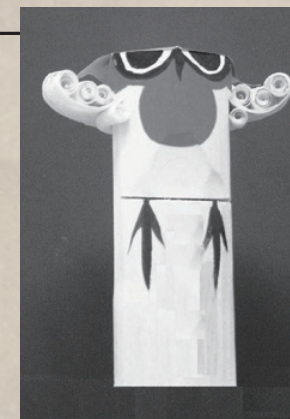
VR(Virtual Reality:仮想現実)はCGなどで作成した仮想の空間を、ヘッドセットなど専用の装置を通して、あたかも現実のように体験するものだ。ゲームなどエンターテインメント分野での活用が思い浮かぶが、すでに多様な場面で利用されている。医学生の手術の疑似体験、あるいは航空機のパイロットの訓練や、建築現場などでの危険を伴う作業の訓練に役立っている。また家の購入に際して、日当たりや採光と窓の配置を検討するなどのシミュレーションもできる。そのほか伝統技術の継承にも貢献すると期待されている。

一方のAR(Augmented Reality:拡張現実)は現実世界にデジタル情報を追加するものだ。VRが仮想空間であるのに対し、ARは現実世界をベースとしている。その代表例が「ポケモンGO」*である。スマートフォンの位置情報とARアプリによって、自分がいる場所をゲーム空間として楽しむことができる。また専用メガネを使ったり、スマートフォンなどの端末を対象物にかざすことで、目の前の光景や商品にさまざまなデジタル情報がプラスされる。家具のカタログに配置シミュレーションができる機能を搭載するなどの活用例もある。

*「ポケモンGO」は、任天堂(株)、(株)クリーチャーズ、(株)ゲームフリーク、の登録商標です。



▲さるぼぼ



▲太宰府天満宮の鷲