

弁理士ジョージの相談室

Q & A

先生、友人が特許を出願したいらしいのですが、先日WEBで公開しちゃってました。出願前に発明を公開してしまうと特許が認められないと聞きましたが、どうかならないでしょうか？

出願前に発明を公開してしまうと新規性が失われて特許は認められません。ただし、発明者が公開してから1年以内に特許出願をして、新規性喪失の例外という手続きを適切に行えば、その公開で新規性は失われなかったものと取り扱われます。

安心しました。それでは、公開してからゆっくり出願の準備を進めてもよいということでしょうか？

そうではありません。新規性喪失の例外という手続きは、あくまでも例外の手続きなのです。原則、出願前に公開しないことが重要です。

友人は、日本以外の国にも出願したいと考えているようです。日本以外の国でも新規性喪失の例外のような手続きは可能なのですか？

特許制度は国ごとに異なりますから、新規性喪失の例外のような制度を認めている国もあれば、認めていない国もあります。つまり、出願前に発明を公開してしまうと、出願できる国の選択肢を狭めてしまうことになります。

発明を公開するときには細心の注意が必要なんですね…。大変勉強になりました。ありがとうございました。

なすびくんのお仕事

坂間和之(作) 飯岡菜子(画)



PATENT Attorney®

パテント・アトニー

VOL. **100**
2020

日本弁理士会広報誌

冬号

「PATENT ATTORNEY」は「弁理士」のことです。



特許庁からのお知らせ

コマが動く!マンガ動画で普及啓発



Eコマースの普及により、誰しもがコピー商品の買い手、売り手になりやすい社会。コピー商品に対する消費者意識の改善をはかるべく、特許庁ではコピー商品撲滅に向けた啓発活動を実施しています。皆さんはどうやって「コピー商品」を見分けますか? 詳しくは特設サイトをご覧ください!



コピー商品撲滅 で検索!

JPAA Information

冊子「シリーズ特産品」を制作しました



日本弁理士会が制作している広報誌「パテント・アトニー」がVol.100の発行を迎えたことを記念して、「パテント・アトニー」内の「シリーズ特産品」の記事をまとめた冊子を制作しました。「シリーズ特産品」は、各地域で地域団体商標等を活用している特産品を紹介しています。冊子「シリーズ特産品」の電子ブック版は、日本弁理士会ホームページ上で公開していますので、ご覧ください。

※印刷版は記事の作成にご協力いただいた団体様に寄贈しています。

【URL/冊子「シリーズ特産品」電子ブック版】
<https://www.jpaa.or.jp/webbook/b-specialty>



創刊100号のごあいさつ シリーズ特産品(関の刃物)

【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

機能性ランドセルの先駆け 背負いやすさを追求したアイデア 「天使のはね」

弁理士ジョージの相談室
特許庁からのお知らせ

漫画「なすびくんのお仕事」
JPAA Information



創刊100号のごあいさつ

「パテント・アトニー」は、このたび記念すべき100号を発行します。創刊当時は、知的財産権が工業所有権または知的所有権と呼ばれ、徐々にメディアで取り上げられることで一般の方からの知的財産への関心が高まりつつある時代でした。それから20余年を経て、知的財産権の各制度が拡充し、これに合わせて弁理士の業務も広がることで、我々弁理士は皆様の知的財産権の保護や活用に一層貢献できるようになりました。

第4次産業革命が進展し、目まぐるしく変化する現代社会において、我々弁理士は、今後も研鑽を続け、知的財産制度の維持および発展に努めることで日本社会に貢献して参る所存です。

本誌は、弁理士の業務や弁理士会の活動ならびに知的財産権の情報を提供することで知的財産権制度への理解を深めていただくことを目的とした広報誌です。創刊当初から連載している「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)」は別冊として発刊するに至り、知的財産権をテーマとしたセミナーやイベント等でも配布され大変好評を得ており、本誌の大きな成果のひとつです。

これまで、本誌の制作にご協力いただいた企業様および団体様、ならびに読者の皆様のご支持により、本誌の発行を継続でき、多くの方にご愛読いただくことができました。この場を借りて厚く感謝の意を表するとともに、引き続き本誌の益々の充実に努めて参ります。



日本弁理士会 会長
清水 善廣

これまでの「パテント・アトニー」の制作にお力添えいただいた、企業様、団体様および広報センターの元運営委員の皆様に深く感謝を申し上げます。

「パテント・アトニーVol.100」の制作者: 広報センター第3事業部(弁理士) 渥美 元幸、岩田 誠、加曾利 正典、金森 寛、小前 陽一、諏訪 華子、中西 輝、三上 敬史、山崎 晃弘



関の刃物

商標登録：第5150803号



日本のほぼ真ん中に位置し、「日本一の刃物のまち」として知られる岐阜県関市。そのルーツは、800年前、鎌倉時代にまでさかのぼり、鎌倉末期に「元重」が九州から関へ移り住み刀鍛冶を始めたのがはじまりとされています。室町時代には「孫六兼元」や「兼定」らの有名な刀匠を生み、五箇伝のひとつ「美濃伝(関伝)」の産地として栄えました。関の刀は「折れず、曲がらず、よく切れる」と優れた実用性を誇る名刀として多くの武将に愛用されてきました。

「関伝」の伝統技術を受け継いで製造された関の刃物は、頑強で切れ味が鋭く、そして何よりも洗練された美しさが大きな特徴の1つです。包丁、ナイフ、ハサミ、爪切り、キッチンツール、剃刀、彫刻刀、医療用刃物など、様々な製品が製造され販売されていますが、どれもインパクトのあるデザイン美で、つつい見とれてしまうほどです。特に、製造メーカーごとに商品ラインナップやデザインに独自のポリシーや個性美を感じ取ることができ、大きな魅力の1つとなっています。

関において、刀鍛冶や刃物に関連する資源が

特に集中するエリアは「刃物ミュージアム回廊」として整備され、関鍛冶伝承館、刃物会館直売所、フェザーミュージアム、濃州関所茶屋、春日神社など、関の歴史、伝統、食、などを存分に味わうことができる楽しみどころが満載なエリアとなっています。

関市の刀鍛冶の伝統を今に伝えることを目的とした「関鍛冶伝承館」では、刀に関する歴史などを映像、資料、展示により公開しています。また、刀匠による日本刀鍛錬の実演も行っています。新たな交流施設「せきてらす」も今後さらにオープンする予定とのことです。ぜひ一度訪れてみてください。



天使のはね

【商標登録】第4642942号

機能性ランドセルの先駆け 背負いやすさを追求したアイデア



「天使のはね」は株式会社セイバンのランドセルのブランドだ。2003年に発売し、翌年に大ブレイクして一時はシェア50%をとり、現在までトップシェアを守っている。

同社は革製品の卸販売業として1919年に創業、1946年に本格的なランドセル生産を始めた。以来、子供たちが背負いやすいランドセルを追求して、肩ベルトの付け根を本体につなぐ「背カン」に改良を重ねた。また軽量化も図られて、1993年には「わずか740gのランドセル」がギネスブックに登録され、さらに軽量化を進めてきた。

ランドセルを軽くしても、教科書などを入れて重くなった状態で子供たちは背負う。かつてのランドセルは肩と腰に負荷がかかり、背中が丸くなりがちで子供の体への負担が大きかった。この問題の改善策が模索されていた頃、同社の常務(当時)が四国のお遍路巡りをして、高い位置で荷物を背負えば軽く感じることに気付いた。ランドセルの重心を高くして体感重量を軽くするために、肩ベルトの付け根にプラスチックパーツを入れて立たせるというアイデアが生まれたのは2000年のことだ。さまざまな素材、厚み、形状のパーツを樹脂メーカーの協力も得て試した。小学校で6年間使用されるランドセルには、耐久

性も求められる。パーツが硬過ぎると折れてしまう、柔らか過ぎれば付け根が立たない。釣り竿のしなりもヒントにして、付け根を一番厚くして、先端に向けて微妙に薄くするなど工夫もされた。また、このパーツを入れた肩ベルトは従来の背カンには通せないため、背カンも新たに開発する必要があった。

3年にわたる試行錯誤の末にできたのが「天使のはね」だった。最終的に採用されたプラスチックパーツは左右一対で見ると、その形状が天使の羽根に見えることから名づけられた。現在は同社のランドセルにはすべてこのパーツが採用され、「天使のはね」はランドセル全体のブランドとなっている。軽さをイメージさせるだけでなく、子供が使用する製品にふさわしい優れたネーミングだといえよう。

商標登録はしたが、発売当時のランドセル業界では技術面の知財の登録はほとんどなかった。このため、類似した機能を持つ製品が他社から続々と発売された。「天使のはね」の考え方が広まって、背負いやすいランド

セルが増えたという点では、アイデアがヒットしたのかもしれませんが。でも開発に苦労したメーカーとしては、喜ばませんでした。その後は知財を意識して、新しい機能などを考え出したら出願するようにしています」と同社ランドセル事業部開発設計グループ長の檜谷一弘さんは語る。

「天使のはね」は同社が初めてテレビCMを流した製品でもあり、これにより消費者はランドセルメーカーの名前を知った。消費者がメーカーをブランドとして意識していない。「ランドセルメーカーの存在が認知され、メーカーが主導して販売できるようになりました。またランドセルは機能が重要だという視点も提供できました」とランドセル事業部販売促進グループ長の日高洋さんはいう。こうした面でも、「天使のはね」は同社の在り方を一新するような画期的な発明だったのだ。

同社のランドセルは、さらに背負いやすくするために新たに開発された機能で改良され、進化し続けている。

