

弁理士ジョージの相談室 Q & A

基本的な製法特許を持っています。類似品を製造するライバル会社が特許を侵害していることは間違いないと考えていますが、製造自体が工場内で行われているので決定的な証拠を得ることができません。どうにかならないでしょうか？

2020年10月から、査証制度という新たな証拠収集手続が始まりましたよ。

どのような制度でしょうか。

裁判所が、第三者の専門家（査証人）に命じて、被疑侵害者の工場内などに立ち入り、質問、証拠書類の提示要求をするほか、製造機械の作動、計測、実験等を行い、その結果を裁判所に報告させる制度です。製法特許以外にも、プログラムの特許の場合のソースコードの確認などへの利用も想定されています。

特許侵害訴訟の提起前でも利用可能なのでしょうか？

特許侵害訴訟の提起後でなければ利用することができません。また、侵害を疑う相当な理由（蓋然性）、他の手段によっては証拠を得られないこと（補充性）など、いくつかの要件も必要となります。

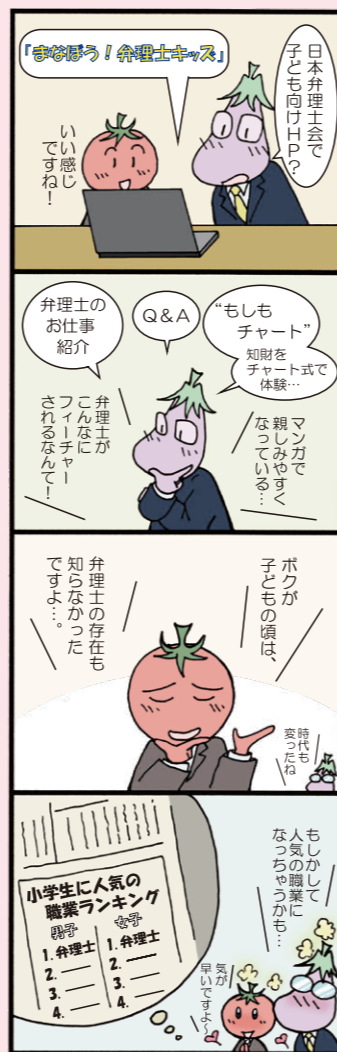
相手側が査証に協力せず、証拠が得られなかった場合にはどうなりますか。

被疑侵害者が正当な理由無く査証に応じないときは、裁判所は、査証で立証されるべきであった事項に関する特許権者側の主張が真実であると認めることができます。

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

版権和之（作） 飯岡菜子（画）



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「ぴょん」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。

特許庁からのお知らせ

新規性喪失の例外証明書の押印及び署名を廃止しました。

●特許出願、実用新案登録出願、意匠登録出願

特許における証明書の例

発明の新規性の喪失の例外の規定を受けるための証明書

1. 公開の事実

→要件1の証明

2. 特許を受ける権利の承継等の事実

→要件2の証明

上記記載事項が事実と相違ないことを証明します。

特許 太郎

※新規性喪失の例外証明書はオンライン手続では提出できません。

・新規性喪失の例外証明書において、押印及び署名を廃止しました。
・記名（パソコン等でタイプしたもので足りる）は引き続き必要ですが、出願人のうち少なくとも1人の記名で足りることとなりました。
・すでに出願済みの出願についても同様です。新型コロナウイルス感染症拡大の対応等で、記名のみを証明書を提出されている方は、押印又は署名をした証明書を再提出していただく必要はありません。

特許について



意匠について



JPAA Information

弁理士認知度向上プロジェクト オリジナルキャラクター「発明王ニバンセンジ」 動画シリーズを制作



日本弁理士会は、「弁理士認知度向上プロジェクト」の一環として、オリジナルキャラクター「発明王ニバンセンジ」動画シリーズ（全5作）を制作し公開しました。弁理士や知財について動画で分かりやすく説明しています。ぜひご覧ください。

「発明王ニバンセンジ」特設サイト

【URL】 <https://www.jpaa.or.jp/nibansenji/>

PATENT Attorney

パテント・アトニー

VOL.101
2021
日本弁理士会広報誌
春号

「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!】

ヒット商品を支えた知的財産権

開発当時のコンセプトがロングセラーにつながっている

「チョコボール」

- シリーズ特産品（勝浦タンタンメン）
- 知っておきたい! この技術
- トレンドてっく「5G（第5世代移動通信システム）」
- NEW 知財miniトリビア

- 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



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. 101]



チョコボール

【商標登録】第5149690号ほか



開発当時のコンセプトが ロングセラーにつながっている

森永製菓株式会社の「チョコボール」は、1967年に発売されて以来、根強い人気を保ち続けるロングセラーである。同社は1918年に日本で初めてカカオ豆からの一貫生産を開始、ミルクチョコレートを販売したチョコレートのパイオニアだ。チョコボールは、当時まだ少なかった子ども向けのチョコレート菓子として開発された。ポイントはピーナッツとチョコレートの間のクリスプ層にある。小麦粉と糖蜜を何層もかけて焼き上げ、さくとした食感を生み出した。また、チョコレートが手につきにないように、コーティングした後に艶かけをして「口で溶けるが手で溶けない」ことにこだわった。現在も基本的な製法は変わっていないという。

そのおいしさに加えてチョコボールの人気を支えているのが、パッケージに掲載されているキャラクターの「キョロちゃん」と、くちばしのエンゼルマークでもらえる「おもちゃのカンヅメ」だ。67年の発売時に「キョロちゃん」、「おもちゃのカンヅメ」の前身「まんがのカンヅメ」ともに登場していた。キョロちゃんは、初代パッケージのくちばしが出る形状が鳥に

見えたことから生まれた。最初は社内で「目つきが悪い」「ヘンな鳥」といわれ、名前だけでもかわいくと命名されたそう。キョロちゃんの名前が一般に知られるようになったのは、1991年にパッケージに記載されるようになってからだ。

その91年に同社は「キョロちゃん」の商標を出願し、登録に至っている。また「おもちゃのカンヅメ」、キョロちゃんの鳴き声「クエ クエ」も商標登録されている。一方で「チョコボール」は丸いチョコレート菓子一般を指す言葉であり、登録は難しいと判断して出願していなかった。しかし2000年代に入りブランド強化を図る中で、同社の主要ブランドの一つとして「チョコボール」を2004年に商標登録出願した。ロングセラーであることで同社の商品としての識別力があることを主張し、2008年に登録が認められた。

チョコボールはパッケージの形状も1974年から変わっていない。「初代のパッケージは複雑な形状で、作るのが大変だったと聞いています。くちばしから取り出す形は、どこにも真似されていません。発売から50年以上経った今でも、ももとのコンセプトが通用する、また3世代で楽しんでもらえるお菓子です」と同社菓子マーケティング部の武田優太さんはいう。90年代から多様なフレーバーを展開し、現在は「大玉チョコボール」「チョコ

ボールのなかみ」などで商品群の幅を広げている。おもちゃのカンヅメも最近では体験型のカンヅメに進化しているそう。おもちゃのカンヅメの内容は担当者一人しか知らないとマスコミで話題になることもあるが、武田さんは現在その担当者だという。「一人ですべて決めなくてはならないのが難しいところで、社内で新しいカンヅメの内容を尋ねられることもないそう。

チョコボールは製品の優れた点、キョロちゃん、おもちゃのカンヅメの3つの要素のバランスがよいマーケティング戦略が成功しており、これを商標権でしっかり守っている。



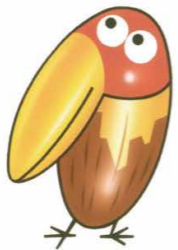
▲1967年
チョコレートボール



▲現デザイン
チョコボール<ピーナッツ>



1967



1972



2004



2010

シリーズ
JAPAN

特産品

勝浦タンタンメン

商標登録：第5703819号



千葉県南東部に位置する勝浦市は、古くから漁業により栄え、美しい砂浜とリアス式海岸は日本の渚百選に選ばれています。ここ勝浦市で提供される勝浦タンタンメンは、当地の海女さん・漁師さんが寒い海仕事の後に、冷えた体を

温めるメニューとして定着してきました。メニューの特徴は、通常のゴマ系と違い、醤油ベースのラー油が多く使われたラー油系タンタンメン。具材はミジン切りの玉ネギと挽肉が入ることが一般的で、お店によってニンニク、ニラ、ネギが入ったり、スープも味噌ベースのお店もあったりと各店が特色を生かしたメニューを提供しています。

発祥は地元勝浦の大衆食堂。その店主が担担麺の存在を知り、再現してメニュー化しようと取り組みましたが、当時練り胡麻を使った中華の調味料である芝麻醬(チーマージャン)を手に入れることが出来なかったため、店主の試行錯誤の結果、現在の独自の味が生み出されたとされています。

地元勝浦市で商工会などの公的団体とともに、勝浦地域のPR活動を行っている市民団体である「熱血!!勝浦タンタンメン船団」の主導のもと、右に示す「のぼり旗」(商標登録第5419153号)を掲げる店舗でのみ商品の提供を

認めることで、「勝浦タンタンメン」又はこれと紛らわしい表記の使用を抑制し、この独自の味を維持しています。

原則として勝浦地域以外で地域ブランド「勝浦タンタンメン」の使用は認められていないため、勝浦市を観光した際にのみ味わえるものではありますが、近年では手軽に楽しめるカップラーメンなど、お取り寄せ商品でも勝浦タンタンメンを味わうことが出来るようになっていきます。

「ちば文化資産」にも選定された勝浦タンタンメン。このコロナ禍で、旅行も難しい状況ですが、お取り寄せでこの「勝浦タンタンメン」を旅行気分と共に味わってみてはいかがでしょうか。



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

知っておきたい!この技術
トレンドてっく

シリーズ
42

5G (第5世代移動通信システム)

5Gは従来の4Gに比べて高速大容量、低遅延、多数同時接続を実現することで遠隔医療、自動運転、IoTなどに貢献するとされる。これら5Gの特徴は従来技術の組み合わせで高性能化が実現されている。

高速大容量は4Gより広い周波数帯域を利用し、多くのアンテナ端子を同時に用いて通信する

マッシュMIMO(Multi-Input Multi-Output)が活用されている。これには、高い周波数帯を使って通信できるように、レーザービームのように直線的に電波を射出するビームフォーミング技術が用いられている。低遅延は端末に近い場所にエッジサーバーを設置して、クラウドの処理の一部を担うとともに、通信距離を縮めるマルチアクセスエッジサーバーが使われる。また多数同時接続はネットワークスライシング技術によって、ネットワークの容量を仮想的に分割して用途に応じた容量を割り当てることで、多くの機器を同時に使えるように

なっている。

日本での5Gサービスは4Gの通信基盤であるノンスタンドアロン(NSA)で運用が始まった。5Gの性能が発揮されるために、機器を5G仕様にしたスタンドアロン(SA)に変換が進められるとされている。



NEW 知財 mini トリビア

本号より、知財に関するおもしろ豆知識を紹介するコーナー「知財 miniトリビア」の連載が始まります。

第1回 明治時代から存続する登録商標

産業財産権には、特許権、実用新案権、意匠権、商標権があり、それぞれ、出願日から20年(一部延長)、出願日から10年、出願日から25年、登録日から10年、というように存続期間が定められています。

この中でも商標権は、他の権利とは異なり存続期間の更新が可能となっていることから、明治時代から存続する登録商標が284件もあります(2021年1月14日現在)。最も登録の古いものが、明治35(1902)年7月16日登録の「寿海」という清酒の商標です(商標登録第1655号)。これは江戸時代に活躍した七代目市川團十郎の俳名に由来するものです。現在の権利者は百萬石酒造株式会社で、ライセンスを受けた沢の鶴株式会社が醸造して販売しています。

このほか、明治時代から続く登録商標には、高島屋のマーク、キツコマンのマークをはじめ、今でもよく見かけるブランドもあります。商標権の存続期間の更新にあたっては更新登録料が必要なため、古くから存続している登録商標については料金が支払われ続けています。商標権者の不断努力により商標に信用が蓄積され、それが保護されることで社会全体の発展にもつながります。(弁理士 稲穂健市)



(商標登録第1655号)