

弁理士ジョージの相談室 Q & A



先生、我が社がメタバースに店舗を出すことになりましたね。

メタバース…いま話題の、インターネット上の仮想空間のことですね？

そうです。メタバースで我が社の商品を販売するのですが、そういえば、知財のほうは大丈夫なのかな、とちょっと心配になりました。



なるほど。メタバースでの知的財産権による防御については、日本でも議論が進みつつあるところですが、具体的にどうなるかはこれからの話になります。今後、法整備が進んでいくと思いますが、まずは、いまできることに取り組むのが大切です。

それは何でしょうか？



まずできることは、商標権による防御です。貴社は、ブランド名の商品分野では商標登録していますが、その他の指定商品・役務ではいかがでしょうか？

我が社の商品以外の指定商品・役務では、商標登録していません。

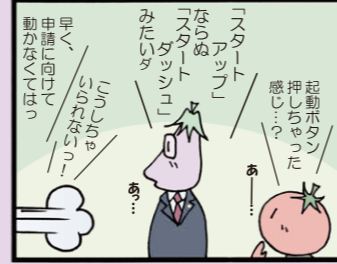


それでは、例えば、コンピューター・プログラム、オンラインによるダウンロード不可能なバーチャル商品のデータの提供、バーチャル商品を取り扱う小売店サービスといった商品・役務分野でも商標登録するのがよいと思いますが、貴社がメタバースでどのように商品を販売するのかによりますね。もう少し詳しくお話をお聞きかせいただけますか？

わかりました。それでは、後日、担当者を交えて詳しく打ち合わせさせていただきます。

なすびくんのお仕事

阪和和之(作) 飯岡梨子(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「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。

特許庁からのお知らせ

Madrid e-Filingによる 商標の国際登録出願手続を紹介します！



WIPO Madrid e-Filing
商標の国際登録出願
オンライン出願受付開始！

マドリッド協定議定書に基づく商標の国際登録出願の願書を、**オンライン**で提出することができるようになりました。

Madrid e-Filingはこんなに便利

- ・願書に記載すべき事項を入力してオンラインで提出できる！
- ・願書の記載不備の修正やWIPOからの欠陥通報への応答ができる！
- ・WIPOへ納付すべき手数料を納付することができる！



◀特許庁HP
「Madrid e-Filingによる国際出願手続」



JPAA Information

JPAA 知財サポートデスク

中小企業・スタートアップ支援に携わる皆さまへ

「JPAA 知財サポートデスク」

を通じて知的財産に関わる
様々なニーズにお応えします！

お気軽にご連絡ください！

- 中小企業・スタートアップ支援に携わる皆さまからの、知的財産、弁理士に対するご要望やご相談を一元的に受け付けます。ご要望やご相談に応じて、弁理士による相談対応や訪問支援等を行い、皆さまとともに中小企業の成長を目指します。詳細は、以下の特設サイトよりご確認ください。



● JPAA 知財サポートデスク特設サイト
● <https://www.jpaa.or.jp/smallbusiness/jpaaisupportdesk/>

【お詫びと訂正】

「パテント・アトニー秋号」の表紙に誤りがございました。
・表紙下部
(正) 使いやすいとこだわり磨き上げたアプリ
(誤) 冷凍食品の品質を高めた革新的なフリーザー
ご迷惑をおかけしましたことをお詫びするとともに、ここに訂正させていただきます

PATENT Attorney

パテント・アトニー

VOL.108

2022

日本弁理士会広報誌

冬号

「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

容器の革新から生まれた画期的な缶ビール

「アサヒスーパードライ生ジョッキ缶」

- シリーズ特産品(五泉ニット)
- 知っておきたい! この技術
トレンドでつく「幹細胞治療」
- 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





アサヒスーパードライ生ジョッキ缶

[商標登録] 第6466697号
第6519948号
[特 許] 第7161596号

容器の革新から生まれた画期的な缶ビール

アサヒビール株式会社の「アサヒスーパードライ生ジョッキ缶」は、発売当日から予想をはるかに上回る売れ行きで大ヒット商品となった。2021年4月8日にコンビニで先行発売するや品切れが続出し、同月20日の全国発売ではスーパーでもあっという間に売り切れ、1日で一時販売休止を発表する異例の事態となった。生産体制を増強して2022年7月下旬から通年販売している。

開発の発端は、発売の4年ほど前に容器の開発者が缶の腐食を防ぐ内面塗装のメーカーから泡立つ塗料を作った過去の失敗談を聞いて「泡立つ缶」を着想したことだった。若者のビール離れ、缶チューハイなどアルコール飲料の多様化によるビール市場の縮小を背景に、同社は新しいビールを模索していた。そこで「家でお店の生ジョッキの気分が味わえる缶ビール」をコンセプトに、看板商品のスーパードライの新たな挑戦と位置付けられた開発が始まった。従来の缶ビールは開栓した時に吹きこぼれないように、泡が出ないのが「常識」だった。フルオープンで開栓したらクリーミーな泡が出る缶ビールは、その常識の対極にある。スーパードライブランドで出すからには、味や風味を変えてはいけぬ。生ジョッキ缶は、中身は従来のスーパードライのまま、容器の革新によって

生み出された画期的な新商品だ。

開発は製缶メーカー、塗料メーカーとの連携で進められた。いずれのメーカーも、泡を出さない「常識」の大転換に戸惑ったという。開発の第一歩は、陶製のグラスやシャンパングラスの内面にある微細な凹凸を参考に、塗装面を「荒らす」ことだった。凹凸の大きさを変えて数十回に及ぶ塗料の試作を経て泡立ちを実現したもの、どのくらい泡が出ればいいのか基準がなかった。開発サイドは少量でも泡が出ることは技術革新だと思っていたが、消費者目線のマーケティング部などは「お店の生ビール」の再現には泡が足りないと思なした。そこで設計を見直し、泡立ち性能をあげた。

さらに缶の量産、条件の異なる複数の製造工場での品質の安定を確保するまでも試行錯誤があった。通常ならば、研究所で条件検討を完了してきっちり決めた仕様を生産現場で確認のために試験するのだが、何もかもが新しい生ジョッキ缶では開発部門と生産部門が一緒に走るアジャイル開発となった。ほぼ仕様が確定した2021年1月に4月発売を発表した後も、工場での試験が繰り返されたそうだ。「稼働し続ける工場で、無理矢理に試験の時間を割いてもらったりしました。スーパードライブランドで出すからこそ、泡立ちの基準などで関係部署の意見が対立することもありましたが、最終的には社内が一枚岩になって応援してくれました」

と、同社パッケージング技術研究所の森田碧さんは振り返る。

最後に残った問題は、消費者がどのような条件で開栓するのかわからないことだった。温度によって泡立ちは変わる。泡が噴き出して消費者のスマホがビールまみれになったらアサヒビール離れにつながるという懸念は、杞憂に終わった。発売直後からSNSには生ジョッキ缶の泡を楽しむ投稿が溢れた。消費者に驚きとワクワク感を与える商品として支持されたのだ。

生ジョッキ缶は開栓時の圧力の変化で泡立ち続ける特性に関して特許を取得した。フルオープンの缶蓋も切創防止加工をしたダブルセーフティー構造を採用した。「商品開発で容器は裏方でしたが、生ジョッキ缶では主役になりました。容器チームの士気も高まり、発売後も総力を上げて改良を進めています」と森田さんは熱い思いを語った。さまざまな革新で生まれた生ジョッキ缶は、2022年4月のスーパードライ発売36年目にして初のリニューアルに伴い、泡立ちを一段と向上させている。



シリーズ JAPAN 特産品

五泉ニット

商標登録：第5987373号



「いいでしょ、これ。」

見た時、手にした時、纏った時、つい誰かに自慢したくなる「五泉ニット(ごせんにと)」。五泉市は、新潟県のはほぼ中央にあり「五つの泉が、豊かに湧き出る里」と言われるように良質で

豊富な水資源に恵まれており、古くから絹織物の産地として知られ、和装から洋装へのライフスタイルの変化に伴い、戦後から今日にかけてはニット生産が盛んな地域です。

五泉ニット工業協同組合の職人たちにより、各工程においてニットを知り尽くした知恵と技術が注ぎ込まれたニットが創られています。イメージ通りの編み地を作る編むセンス、平面のイメージを立体化するパターンセンス、世界で評価される日本の中でも最高レベルである縫製センス、編み地とスタイルに付加価値を与える加工センス、価値あるニットを理解してプロデュースする管理センス、この感覚、そして意識。染色、ボタン、ファスナー、ネーム・タグ、ラベル、全ての生産が集積する緊密な連携に裏付けされたワンストップの優位性。地場産業を見渡しても、これほどの条



件や環境が整っていることは稀でしょう。このような条件や環境であるからこそ、次の時代を担う若手人材も少なくありません。

「五泉といえばニット。ニットといえば日本の五泉。」と認知されることを目指すブランド戦略にも目を見張るものがあり、人材育成、地域活性化、販路市場開拓、広報・PRの4つの軸を中心に、地域的なブランド化事業が進められています。地域団体商標に併せ、「五」の文字をデザインに用いたブランドロゴの商標(商標登録第6035579号)も活用し、キレイなニットの品質と信用を守っています。

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

知っておきたい!この技術

トレンドてっく

シリーズ

49

幹細胞治療

身体の維持・修復に必要な新しい細胞を生み出す役割を持つのが幹細胞だ。その働きを活用した再生医療が始まっている。患者自身の身体から採取した幹細胞を培養して作られた幹細胞製剤を点滴や注射で投与する治療は、骨髄移植や臓器移植に伴う合併症の抑制、骨髄損傷による麻痺などの改善に効果が

認められ、保険適用もされている。患者自身の幹細胞を利用するので、拒否反応もない。幹細胞治療は骨髄液から幹細胞を採取する方法が先行していたが、皮下脂肪からより多くの幹細胞が得られることから、脂肪由来の幹細胞が様々な用いられるようになっている。

脂肪由来の幹細胞は採取の際に患者の負担が少ない、培養しやすい、その分費用を抑えられるといったメリットがある。近年、変形性関節症などで膝関節に培養した幹細胞を投与する治療が導入されているが、現状では治療効果

にばらつきがあり、整形外科治療などでは厚生労働省に治療法として承認される段階には至っていない。より効果的な治療法を目指して、培養方法も含めた研究が世界で進められている。今後、研究が進むことで、幹細胞による多様な再生医療が身近なものになることが期待される。



知財 mini トリビア

第8回 高さ80メートル以上の登録意匠

意匠法の保護対象は長らく「物品」に限定されていました。しかし、令和2年4月施行の法改正によって、画像デザインの保護が拡充されたほか、新たに建築物や内装のデザインも保護されるようになりました。組立家屋や送電鉄塔のように、その使用前に運搬できるものは従来から「物品」として意匠登録が認められていましたが、土地に定着する人工構造物である建築物も保護対象となったのです。具体例としては、店舗、住宅、学校、病院、工場などが挙げられます。

なんと高さ80メートル以上の巨大建築物も意匠登録されています。ミサワホームとトヨタホームが東京・飯田橋に建設したタワーマンション「アルビオ・ザ・タワー千代田飯田橋」です。タワーマンション自体は珍しいものではありませんが、建築物の背面に突出して屋上まで行き来ができる非常階段を被覆する壁が、屋上に突き出た塔屋と一体的に設けられている点が特徴となっています。それが図の青色で着色された部分以外の部分で、これを「部分意匠」といいます。(弁理士 稲穂健市)



(意匠登録第1674418号)