

PATENT Attorney®

パテント・アトニー

夏

VOL. 54

日本弁理士会広報誌

2009

●「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
音で識別する商標
「ヒサミツ」

■特許調査よもやま話 ■ジャーナリストこぼれ話
●弁理士風土記(豊橋・豊川) ●シリーズ特産品(伊香保温泉)
●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 ●JPA Information

知的財産権なんでもQ&A

Q 弊社の製品について特許出願したところ、先月、特許庁から拒絶査定を受けてしまいました。この製品は弊社の主力製品であり、何としてでも特許権を取得したいのですが、この拒絶査定に不服がある場合にはどのような手続きをとれば良いのでしょうか？

●愛知県／自動車部品メーカー社長(60歳)

A 拒絶査定に不服がある場合には、特許庁に対して拒絶査定不服審判を請求することができます。平成20年の法改正により、拒絶査定不服審判の請求期間が拒絶査定の謄本送達日から3ヶ月以内に延長され、

改正前よりも補正内容を十分に検討した上で審判請求を行えるようになりました。審判請求を行うときには、特許請求の範囲や明細書などの補正をすることもできます。ただし、一つ留意して頂きたいのは、同法改正により、審判請求と同時にしか補正をすることができなくなった点です。どのような反論や補正をしたら良いかといった具体的な内容については、お近くの弁理士にご相談下さい。

◎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または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

特許出願技術動向調査 意匠・商標出願動向調査報告 について

特許庁では、迅速的確な審査等の基礎資料とするとともに、企業や大学等における研究開発活動、効果的な知的財産戦略の構築に資することを目的として、平成11年度より特許出願技術動向調査を実施しています。本調査は、今後の進展が予想される技術テーマを選定し、内外の特許情報を基に多面的に技術開発動向等を分析したものです。また、平成14年度からは、意匠、商標の情報を活用し、デザイン開発動向、ブランド戦略状況を把握する調査も実施しています。

これらの調査の結果は、企業の経営戦略を検討する上でも極めて有効な情報ですので、是非ご活用下さい。

■詳細については、特許庁ホームページの印刷物>答申・報告書・講演録の特許出願技術動向調査等報告、意匠・商標出願動向調査報告をご覧下さい。

■お問い合わせ先:特許庁総務部企画調査課技術動向班(03-3581-1101(内)2155)



PATENT ATTORNEY [パテント・アトニー]

●平成21年6月17日発行 第54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

平成21年度 JPA Information

パテントコンテスト デザインパテントコンテスト

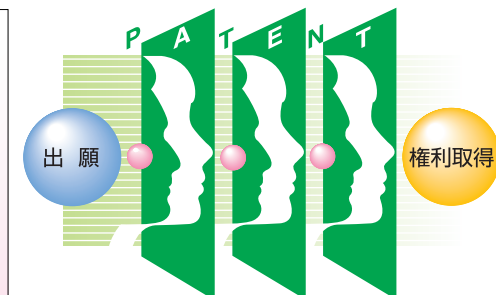
—学生(高校・専修学校・高専・大学)対象実践知財教育—

文部科学省・特許庁・日本弁理士会・(独)工業所有権研修・情報館主催によるパテントコンテスト・デザインパテントコンテストが本年も開催されます。

他の機関が行う発明・デザインコンテストとは異なり、弁理士が明細書、図面の作成を行うものではなく、出願から権利取得までの手続きを学生が直接体験するもので、毎年、高く評価されている教育のためのコンテストです。

募集時期については、6月中旬に正式発表致しますが、7月～9月中旬までを予定しておりますので、予めお知らせ致します。

本会は、事前教育の講師派遣、明細書・図面作成から権利取得までの個別指導等の人的(指導弁理士派遣)・物的(資金)支援をしています。
(パテントコンテスト委員会より)



R100

古紙配合率100%再生紙を使用しています。

PRINTED WITH
SOY INK



群馬県の中でも赤城山・妙義山とともに上毛三山と呼ばれる名山のひとつ、榛名山の中腹、標高およそ700メートルに位置する湯の街伊香保。



古くは、万葉集、古今集の中でも詠われ、竹久夢二や徳富蘆花を始めとする多くの文人墨客・著名人にも愛された、文化の香り豊かな温泉地です。

茶褐色をした「黄金の湯」と無色透明な「白銀の湯」の2種類の温泉があり、特に「黄金の湯」は、湯の中に含まれる鉄分が空気に触れて酸化し、独特の色になるのが特徴で、古くから女性に優しい「子宝の湯」としても知られています。

また日本三大名段のひとつとして知られる「石段街」は、およそ360段。最上段には由緒ある伊香保神社があります。現在の石段は、昭和55年から5年間をかけて改修されたものですが、400年以上の歴史をもつ街並みです。豊かな自然に恵まれ、四季折々の温泉情緒を楽しみながら、ゆっくりとおくつろぎいただけます。

■お詫びと訂正…春号 (vol.53) に掲載致しました記事『シリーズ特産品「江戸切子」』におきまして商標登録番号に誤りがありました。正しくは「商標登録 第5085277号」でした。ご迷惑をお掛けした関係各位には深くお詫び申し上げます。

豊橋市は愛知県東部の町です。西には名古屋。東は静岡県と隣接し、浜名湖を挟んで浜松市があります。南は三河湾に面し、冬は暖かく、夏は比較的涼しいとても過ごしやすい町です。筆、鬼祭り、ちくわが有名です。豊橋市に隣接する豊川市には日本三大稲荷の1つの豊川稲荷があります。豊川稲荷はイチロー選手が毎年訪れることで有名です。

私の自宅はこの豊川市にあり「自宅に近いから」と言う理由で平成7年に豊橋で開業しました。仕事のほとんどは名古屋方面ですが、豊橋駅は新幹線も止まる便利な駅なので全く苦にならずに業務を行えています。豊橋、豊川は弁理士が少なく知財サービスレベルの低い地域でした。しかし私の開業でこれを解消できたと自負しています。現在弊所は弁理士6名、スタッフは総勢20名。拠点は豊橋、浜松、名古屋の3カ所です。近年の弁理士合格者の増員にも拘わらず、弁理士は大都市に集中し、地方における知財サービスのレベルはまだまだです。地方で起業した弁理士として、地方に積極的に支所を展開し、日本全体の知財サービスレベルをアップしていきたい。こう思います。



イチロー選手が毎年参拝する「豊川稲荷」

特許業務法人しんめいセンチュリー
弁理士 兼子 直久

同社製品を展開している海外の国・地域でも、CMには「ヒサミツ」のロゴ商標を音とともに(TVではさらに動画を加えて)流している。アジアでは香港、台湾、シンガポールなどでサウンド商標がすでに保護対象として制度化されており、同社も登録済みだ(サウンド商標が保護対象になっていない)。

TVやラジオなどで流される久光製薬のコマーシャルは、どの商品の場合でも、メロディーにのせた「ヒサミツ」という会社のロゴ商標が最後に流れる。TVの場合には、このロゴ商標が動画として動きながら現れる。同社は、このロゴ商標を、日本でも導入を検討している音の商標(サウンド商標)として、アメリカをはじめとする12カ国・地域で登録を受けており、さらに7カ国に出願をしている(動画による動く商標としては、4カ国・地域で登録を受けており、4カ国で出願をしている)。

韓国では、動く商標を登録している。同社の製品である医薬品は、各国の厚労省に相当する機関での販売承認が必要であるため、模倣品に同じ販売名がそのまま使われることはない。その代わり、パッケージデザインや販売名のロゴ(字体)が頻繁に真似される。「売れば売れるほど、その信用にあやかる(フリーライドする)模倣品は出ます。だからこそ知的財産権が必要なのです。ロゴの色、デザイン、サウンドなどは企業の信用、イメージを消費者に向けて伝える重要な媒体です。商標には企業と消費者をつなぐ情報伝達(コミュニケーション)機能があるのです。従来、商標の三大機能は、商品あるいはサービスの出所の表示、品質の保証、広告の機能であるといわれてきました。メディアや社会の変化に伴い、マーケットもグローバル化し、今や商標は、三大機能の枠を超えた企業の信用や情報を、ひいては信用・

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

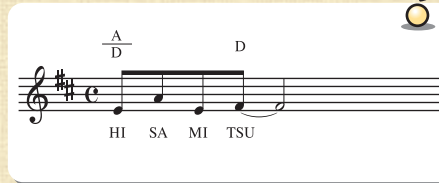
VOL.

54

音商標によるブランドの保護



米国商標登録 第2814082号
欧州商標登録 第2529618号 ほか



品質の高い商品・サービスを日本国(Made in Japan)から世界に発信するための情報を、消費者に伝達する機能を備えてきているのです。視覚で捉えるだけではなく、五感で識別できればそれは標章であるという観点から、匂い、動きなどもブランドの要素として大事です。」と、同社法務部長の堤信夫さんはいう。

同社は、サロンパスを発売した1934(昭和9)年当初から、宣伝カーなどを利用して、商品の優れた点を消費者に直接伝える宣伝広告に力を入れ、これを「実宣活動」と呼んできた。1953(昭和28)年、民放のテレビ放送開始に際しては、いち早くTVCMを流した。こうした、消費者の五感に訴える「実宣活動」の精神が、商標を重視する現在の姿勢につながっている。サロンパスが発売から75年を経たなおロングセラーであり続けるのも、ブランドの意義と在り方を大事にしてきたからにほかならない。

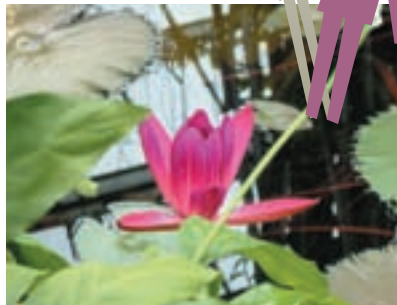
「技術はもちろん重要ですが、技術や商品、サービスの信用を含むすべての知的財産の集大成が商標(ブランド)だと捉えています。半永久的に続く商標で企業の信用を維持する、これこそまさに企業の財産です。」という堤さんは、商品やその情報を世界規模で同時に提供・発信する時代にあつて、ブランドの保護は企業にとつてますます大切になるだろうとみている。

特許調査 よもやま話

特許出願から1年6か月が経過すると公開特許公報が発行されます。ただし、審査が早く済んで、その前に特許掲載公報が発行されると(特許権が成立しています。)、特許法上は、公開特許公報が発行されません(特許法第64条第1項)。この場合、公開系の公報(公開特許公報のほかに公表特許公報と再公表特許もあります。)だけを調べていると、全ての特許出願データを調べたことにならない、という問

題が生じます。そこで、特許庁は、特許掲載公報を発行したあとでも、公開特許公報を発行する、という運用をしています。それでは、公開系の公報だけを調べていけば洩れがないか、というと、必ずしもそうではありません。出願から1年6か月が経過する前に特許掲載公報が発行されたが、その後、結局、公開特許公報が発行されなかった、という出願(例えば、特願平11-52985、特願平11-44035など)も、わずかですが存在します。これらの例は、運用とは異なっていますが、特許法上は正しい、ということになります。(弁理士 鈴木利之)

小さな働き者



地球上にはたくさんの生物が存在するが、人の目では見えない生物の数は、見える数よりずっと多い。

それら微生物は生態ピラミッドの下層で、有機物を無機物に分解し、地球の物質循環の要として機能している。

日本では古くから微生物を生活に役立ててきた。味噌、醤油は大豆を麹菌で発酵させたものだし、日本酒は米を麹菌で発酵させたものだ。最近では、洗剤や農薬、医薬品、カーボンニュートラルなエネルギーとして注目を集めるバイオエタノールの生産にも使われている。

先日行った取材先では、微生物自体に遺伝子導入して、新たな能力を持たせる研究を行っていた。改良した微生物を使って、バイオマスから燃料をはじめとした様々なものをつくる技術を確立し、最終的には脱石油社会を目指すという。

例えて言えば、微生物の品種改良とでも言うべきものだろうか。課題は生産コストだという。脱石油社会は大きな目標だとは思いますが、話を聞くと実現可能な気がする。科学者の魅力は夢を夢で終わらせない事だと思う。(鈴木)