

PATENT Attorney®

日本弁理士会広報誌

2012

●「PATENT ATTORNEY」は
「弁理士」のことです。

パテント・アトニー

秋

VOL. 67



◎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**

即席麺のトップブランドを
冠した米飯商品

**「日清カップヌードル
ごはん」**

● 特許調査もやま話

● ジャーナリストこぼれ話

● 知っておきたい！この技術
トレンドつく

● (ビルエネルギー管理システム)

● シリーズ特産品

● (飛騨の家具、飛騨・高山の家具)

● 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

「YouTube」に4分程の紹介動画をアップしました

■ 弁理士の仕事とは

■ 自社製品を模倣から守るためには

それぞれのタイトルで
検索ください

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.

67

即席麺のトップブランドを冠した米飯商品 「日清カップヌードル ごはん」

特 許 第2703144号
商 標 登 録 第1183902号
商 標 登 録 第1251256号



日清食品株式会社の「カップヌードルごはん」は、同社を代表するブランドである「カップヌードル」の味を「ごはん」で忠実に再現したことによって、大ヒット商品となった。

世界で初めてインスタントラーメンを発明・商品化した同社は、時代を画する新たな即席麺を次々に市場に投入し、業界をリードしてきた。即席カップライスの開発にも30数年を取り組んできたが、当初はうまくいかなかったという。長年の研究成果をもとに2009年3月に「日清GoFan(ゴファン)」を発売した。電子レンジの世帯普及率が100%近くなり、市場にはセット米飯といわれる米飯と具材を組み合わせた商品が多数登場したが、その主流はピラフやリゾットなどであった。「日清GoFan」は電子レンジで炊くという新しいコンセプトで勝負したが、セット米飯市場では上位に位置したものの、同社のさまざまな看板ブランドが市場拡大に貢献したようなヒットにはならなかった。

このジャンルで、よりインパクトのある商品を出す打開策が「カップヌードル」ブランドを冠することだった。「日清GoFan」の技術を踏まえ、味も具材も「カップヌードル」と同じ即席カップライスを「ごはん」という発想は、一種の冒険だっただろう。

「日清GoFan」の売れ行きが思うように伸びず、背水の陣という感じでした」と開発を担当したブランドマネージャーの上原秀介さんは振り返る。「カップヌードル」ブランドのマーケティングチームが別にあり、会社幹部による「新製品委員会」で承認されなければ、ブランドの使用権は得られない。商品開発の現場担当者も、このアイデアを初めて聞いた時には「本気か?」と思わず口にしたそうだ。

「カップヌードル」の味の再現が始まったが、思いのほか難しかったのは、フライ麺が生むロースト風味や香ばしさ、スープのスパイス感を「ごはん」で出すことだった。約2カ月にわたる100種類近くの試作を経て、いよいよ「新製品委員会」に試作品を提出した。社内にはライメンのブランドを「ごはん」に使うことに批判的な意見が大勢であったが、粘り強い説得で承認が得られただけでなく、ネーミングやデザインも積極的に「カップヌー

ドル」を打ち出したものにするほうがいいと、経営陣から後押しされたという。

10年8月に近畿地区で先行発売したところ、予想を大幅に上回る売れ行きで生産が追いつかず、5日目に販売を一時休止せざるを得なかった。約1カ月後に近畿地区での販売を再開、さらに生産体制を拡充して11年7月に全国販売して、順調に市場を広げている。

「カップヌードル」ブランドでの成功により、「日清焼そばU.F.O.そばめし」「日清のどん兵衛 釜めし」と同社の主要ブランドを冠とした商品も発売した。さらに「日清GoFan」の売り上げも伸びるという、相乗効果をもたらしている。

自分の発明と同じ発明が既に特許出願されていないかどうかを調べるのに、言葉のほかに特許分類も併用するのが効果的です。

特許調査 よもやま話

しかし、適切な特許分類を見つけるのは容易ではありません。特許分類を効率的に見つける手段として、特許電子図書館の「特許マップガイド」の「キーワード検索」を使うことが考えられます。

そのほかの手段として、分類の相関性を利用する方法があります。何かひとつ関連の深い公報を見つけたら、その公報に記載されているFタームのテーマコードを頼りに、次のようにして、関連の深い分類を効率的に洩れなく探すことができます。例えば、液晶プロジェクタに関する特定の発明について興味ある公報を見つけたとします。その公報にFタームのテーマコードとして2K103が記載されているとします(最近の公報にはテーマコードが記載されています)。そこで、特許庁のホームページ

の「知財支援情報」の「企業の知財戦略に役立つ情報」→「特許検索ポータルサイト」→「分類の相関性を表示させるツール」とたどって、「分類相関解析ツール」のページで、「テーマコードFIまたは審査室コード」のボックスに上述の「2K103」を入力して検索ボタンを押します。関連技術分野ランキングが出てきます。Fタームのテーマコードとして出力されるものですが、「副分類として関連する技術分野」の欄では、スコアの高い順に、2H088、2H191、5C058、2H199、3K243があり、「主分類として関連する技術分野」の欄では、2H015、5C058、5C060、2H021、2H199、2H057、2H088、2H011、2H087、2H080があります(スコアが0.1以上のもの)。それらのFタームのテーマコードをクリックすれば、対応するFI記号の範囲が分かります。それによれば、もとの2K103を含めて、関連の深いFI記号の範囲は、G03B、G02F、H04N、G02Bなどのサブクラスに広がっていることが分かります。(弁理士 鈴木利之)

岐阜県飛騨地方には、奈良時代の職人「飛騨の匠」たちの高度な木工技術が受け継がれています。「飛騨の匠」は、平安京の羅城門、唐招提寺、薬師寺などの建立に携わりました。彼らの血と技と心とが伝承されて、現在の飛騨地方では、国内でいち早く取り組んだ洋風家具作りが地場産業として発展しました。



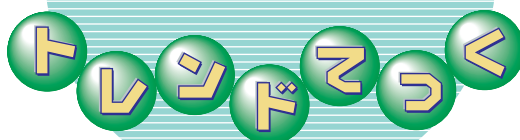
この地域で多く採れるブナの木を曲げる技術(曲げ木)を取り入れた椅子は、「飛騨の家具」として国内外で高い評価を得てきました。しかし、近年、輸入家具や小売店でのフェアなどに「飛騨の家具」の名称を用いられる行為が横行してきました。

そこで飛騨木工連合会は、「飛騨の家具」の名称の保護と、アジア諸国から大量輸入される低価格の家具とは異なる質の高い家具の製造とを目的として、「飛騨の家具」と「飛騨・高山の家具」を地域団体商標として登録しました。

また、飛騨木工連合会は、品質保証など6つの厳しい認証基準を設けることにより、商標を徹底管理しており、「飛騨の家具」の世界一の評価獲得を目指しています。

また、飛騨木工連合会は、品質保証など6つの厳しい認証基準を設けることにより、商標を徹底管理しており、「飛騨の家具」の世界一の評価獲得を目指しています。

知っておきたい!この技術

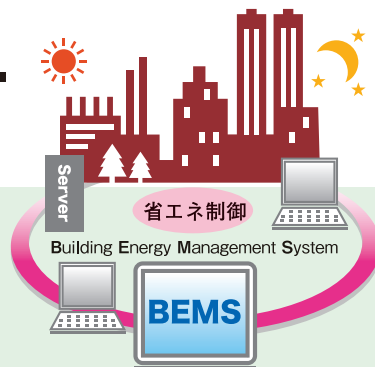
シリーズ
10

ビルエネルギー管理システム

ビルエネルギー管理システム(BEMS)は、ビルや工場といったエネルギーを消費する設備におけるエネルギーの使用状況を一元的に把握し、需要予測に応じて省エネを実現するために最適なエネルギー消費計画を立案し実行するシステムである。BEMSは、省エネ法の改正などに伴い、数年前から導入が進んでおり、2012年4月には、経済産業省が中小規模のビルや工場を主な対象にBEMS導入事業に対する補助金制度を開始した。これは2014年3月までの間に6万棟以上での導入を目指し、2年間で300億円の予算を投入するものだ。

BEMSは情報通信技術の一環として進化し続けている。現在はアグリゲータと呼ばれるエネルギー利用情報管理運営者が、クラウドなどを活用して電力消費量を把握し、その状況に応じてきめ細かい節電を実施する仕組みを構築している。

電力会社が最近取り組み始めたデマンドレスポンスでは、BEMSで節電した電力量によって報酬を得ることも可能だ。また蓄電装置による夜間電力の利用、あるいは太陽光発電や小型風力発電などの自家発電と併用することで、購入電力を最小限に抑制するだけでなく、売電による収入を得る可能性もあると期待される。



※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FAX:03-3519-2706までお送りください。

一方で、レアアースを用いないフェライト磁石を使用しつつ、構造の工夫により高効率化したモーターが発表された。このモーターには変圧器に関する15年以上前の特許技術が活用されているそう。

課題が発明を生むが、課題の変化は、過去の発明をさらに進歩させた発明に結びつける。永久磁石についても、更に優れたものを求めて研究が続けられている。

(鈴木)

KS鋼をはじめ、MK鋼、フェライト磁石、サマリウムコバルト磁石、そして現在最も強力度主に使われているネオジム磁石も日本で生まれた永久磁石だ。ネオジム磁石は温度が上昇すると磁力が低下するため、レアアースのジスプロシウムを添加してこれを抑制している。ところが昨今、ジスプロシウムの価格高騰や輸出規制が問題となっており、添加量を削減するための研究が進められている。

ハイブリッド自動車のモーター、パソコンのハードディスク、携帯電話などの身近な製品に永久磁石が使われていることをご存じだろうか。使用される磁石の磁力が強いほどモーターの駆動効率はあるため、この開発は機器の小型化や省エネルギー化に不可欠だ。

永久磁石

ジャーナリスト
こぼれ話





本体に手の平の形状に合わせた凹凸をつけて持ちやすくしたホチキスを開発し、製造販売を始めて1年ほど経過したところ、最近、この製品とほとんど同じ形状の安価な模倣品が出回り始めました。当社はこの製品について特許も意匠登録も受けていませんが、どうにか模倣品を市場から排除する方法はないでしょうか？



製品は販売されてから1年経過しているため新規性を喪失しており、製品についてこれから特許や意匠登録等を受けることはできません。しかし、日本国内で最初に販売された日から3年以内の製品については、不正競争防止法第2条第1項第3号による保護

が可能です。そこで、この規定を根拠として、模倣品を販売する者に対し販売中止を求める警告書を送付することや、模倣品が輸入品の場合は税関に輸入差止申立の手続を行うことを検討されてはいかがでしょうか。ただしこの規定は、「商品の機能を確保するために不可欠な形態」を保護の対象外としています。従って、警告書の送付等の前に、その凹凸が製品を持ちやすくするという商品の機能を確保するために不可欠な形態であるかについて、考える必要があります。詳しくは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、FAX.03-3519-2706又はメール parf@jpaa.or.jp 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

「なるほど、日本の素敵な製品 発行 デザイン戦略と知的財産権の事例集-2」

日本人の発想力、技術力、デザイン力を結集したヒット商品の成功を支える産業財産権活用事例をご紹介します！

特許庁では、デザイン活用に取り組む先進企業の新製品開発戦略、知的財産戦略をテーマとする事例集の第二弾を発行しました。今回は、製造食品や衣服、身の回り品など18の新たな製品を取り上げ、各社の開発担当者、知財担当者へのヒアリング調査を通じて、新製品開発と産業財産権の出願プロセスを時系列で追跡、企業の事業戦略、企業活動の視点から見た知的財産戦略を分かりやすくビジュアル化しました。意匠権を中心とした産業財産権の活用戦略を検討する際の参考としてご活用ください。

●特許庁ホームページにも本事例集の概要版を掲載しています。

<http://www.jpo.go.jp/indexj.htm>



日本弁理士会は、被災地の復興を支援するため、特許、実用新案、意匠の出願費用を援助します。

JPAA
Information

『特許出願等復興支援制度』

詳しくは… 特許出願等復興支援制度



お問い合わせ：専用フリーダイヤル
0120-19-2723 (受付：平日9:00～17:00)

知的財産関連の悪徳商法にご注意ください！

知的財産権への関心が高まる中、悪徳商法の被害も増加しています



『怪しい！』と思ったらすぐに
日本弁理士会までご一報ください

電話

03-3581-1211

●弁理士の資格がない人が出願業務等の代理を行うと刑罰の対象となり、依頼者が思わぬ損害を受けることがありますので、ご注意ください。



JAPAN PATENT ATTORNEYS ASSOCIATION

日本弁理士会

<http://www.jpaa.or.jp>