

## 主な記事

INPIの  
スタートアップ向け知財支援 3面  
2024年の発明通信社 4面  
WIPO日本事務所「Show and  
Tell」プレゼンテーションコンテスト  
を開催 5面  
中国における商標概説 6面  
御食園から物申す 連載第19回 7面  
お札と切手の博物館レポート 8面

# 発明 KAWARA版

## 第30号

発行日 2024年1月4日

発行 株式会社発明通信社

<https://www.hatsumei.co.jp/>

東京 千代田区内神田1-12-2

TEL:03-5281-5511

大阪 大阪市北区東天満2-10-14

TEL:06-6353-0324

名古屋 刈谷市相生町2-29-1

TEL:0566-63-5588

## 発明コラム

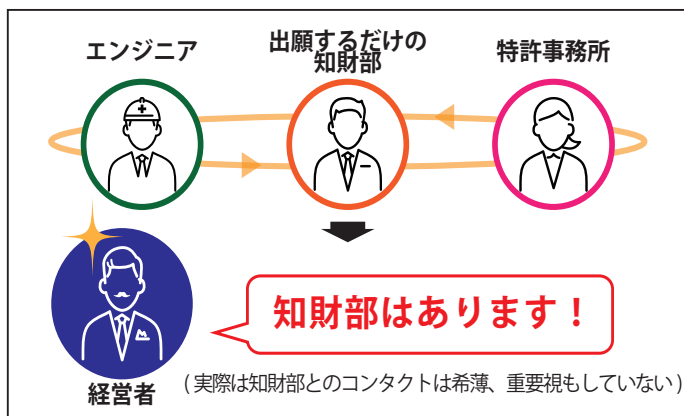
### “企業が目指すべき、これからの知財部”

佐々木剛史

“企業が目指すべき、これからの知財部”について、どんな答えになりそうかを論じる前に、企業において求められる知財価値の複雑性について考えてみたい。

一例として、ある企業が有力な発明を数か国に特許出願した場合を見てみよう。狙い通りに全指定国で特許を成立させ、自社技術保護あるいは他者牽制が図ればそれに越したことはない。ただ、よくあるのが、ある一国（複数国でもよいが）で拒絶査定となり特許をとれなかった場合どうするのかわからない。勿論、IPC制度やEPC制度のような広域制度は活用されているものの、特許制度は基本、国別の法律に基づくものである。この複合要因は、「特許権」に対する期待だったり、社内の各制度との連携度合い

①どの国であっても特許を持つていて、自国をよしとする者（例えば、世界何か国で特許取得という売り文句で費用対効果をみる者）  
②各国の特許要件（進歩性の違い）を拠る所に、特許成立国を中心に競合牽制の武器としての価値を見込む者  
③競合者との厳しい交渉や係争を想定し、出願国一国でも拒絶査定として傷ついたら、全ての国の特許は保有の費用対効果が低い、と見做し放棄する者  
産業界では②が標準に近く、特許制度の趣旨にも合致していると思うが、実際は大きな幅の中、複合要因で動いている。この複合要因は、「特許権」に対する期待だったり、社内の各制度との連携度合い



私はいくつかの講演で多くの企業経営者の「知財部はあります症候群」を指摘してきました。研究者やエンジニアが発明をし、知財部が弁理士に

明細書作成を依頼し特許出願、その成果としていくつかの特許を保有している。このサイクルが回っている状態をもって知財部が健全に機能しているとは評価していることを、失礼ながら症候群と呼んではいけない。記述のように、知財に対する考え方、企業のポジションの千差万別を踏まえると、この症候群の良し悪しを一概に語れないが、「企業が目指すこれからの知財部」に「知財機能の最大化」を期待すると仮定の上で、必要な考え方と懸念点を纏めてみる。

①まずは、自社事業における知財部（知財機能）のポジショニングを明確にすることである。知財部は飾りなのか、経営戦略部署なのか等、当たり前と思われる設定がされていないことが多い。張り子のトラと明確に位置付ける場合も無くはないが、まずは経営戦略部署を強力に志向すべき

と思う。

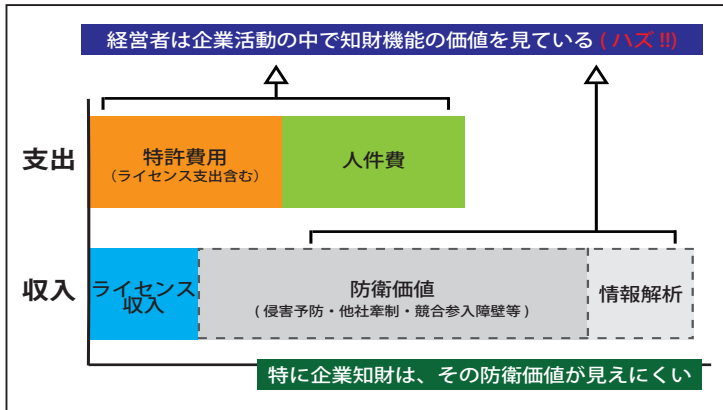
②経営戦略部署を志向した時、私は大きくふたつの機能が重要と考えてきた。

1. 発明、特許をもつて競合に相対する機能

2. 知財機能の守備範囲をより経営戦略によせた情報部署としての機能である。

1. の「発明、特許をもつて競合に相対する機能」との括りでは、表層的には「症候群」と変わりないが、一歩踏み込んで、知財部の費用対効果（広義の意味で、コストセンターかプロフィットセンターか）を追求すると、高機能化の課題や懸念点が明確になる。私は、コストセンターのみであれば知財部はいらないという観点に立脚していた。つまり費用対効果はかならずプラスであるはず、もし知財機能に対してその認識さえ無いようなら、まずそこからのスタートが望まれる。（知財機能は事業規模全体に対し小規模のことが多く、その意識が希薄になりがちである。）

グラフはそれを簡単に示したものである。私の知る殆どの企業では、所謂、知財収支



（ライセンス収支）は赤字である。ましてや、人件費、労務費まで入れてみると、知財部の必要性すら疑問視されかねない。プロフィットセンターになるためには、知財活動による他社牽制効果、侵害防止機能といった防衛価値を合わせて黒字のシナリオが必要である。かつて所属した企業で、侵害防止効果（他社特許無効化を含む）の価値を試算したところ、けた違いの数値が出て戸惑った経験はあったが、客観的な基準を設定し評価を重ねれば、説得力のある

指標にできるはずである。つまり、常にバランスシートをプラス志向することによって、知財機能強化の方向性や定量的進捗管理に繋がると考える。尚、知財活動を通して研究者やエンジニアの人材育成や、企業の先進性イメージ作り等もプラスファクターに組み込むこともできる。

発明を磨き、戦略性の高いポートフォリオ構築に時間とお金がかかるとしたら、「知財部はあります症候群」の経営者にそのコストをどう理解してもらうかが、大きな課題である。なぜならば、知財による競争優位性を実感したことの無い経営者にとっては、右から左に流れ作業的に特許出願された発明も、時間とコストをかけて磨かれた発

明もその違いを認識するのは数年後となるからである。次に2.「知財機能の経営戦略化」については、1.よりも社内的課題が多い。知財部が最も経営戦略に貢献できるのは情報戦、具体的には知財情報解析による、研究開発の方向性を示す羅針盤的機能である。ただ、多くは企業内の専門部署や専門家が、「餅は餅屋」の範囲で競合系の情報や、関連のネットワークを持つている。先端技術の集積とはいえ、最新でも発明から1年半は経過している他社情報の解析を持つて専門部署に立ち向かうのは、時に軋轢を生み、迷惑がられこそすれ、直ぐに諸手を上げて歓迎されるのは難しい。

この課題の対応には、多角的な視点、「風が吹けば桶屋が儲かる」的な連想力等、テクニカルな能力に加え、継続的な活動と、まずは情報発信の機会を多く作ることが最も重要と考える。開発会議等には、押しかけてでも参考情報を提供する。それは分かっていると言われるレベルでも、経営者が感覚的に理解している方向性を特許情報で担保するだけで、まずは大きな成果である。どこまで情報発信を続けるか？についての明確な答えはないが、経営者なり、専門部署から「ここまで分かるならこんなことは分らないだろうか？」なる相談を受けるとか、今まで呼ばれていなかった会議に呼ばれるようになったら、次のステップに進むのはいいのではないだろうか。知財解析の情報は、経営に付度ない客観的情報がベースになっているので、時として会社心地よい順風より逆風のものが多いが、これが重要で価値がある。かつて情報解析機能の強化を掲げて活動していた時に、技術開発のトップから「肝心なところは大体見えているので、不意打ちをされないよう見張っていて欲しい」旨の指示をいたしたことはあったが、現在のよう「餅は餅屋」が通じなくなりつつある産業変革の時代、知財部の羅針盤的機能の価値が高くなっているはずである。

最後に、シンプル過ぎて恐縮ながら、「企業が目指すべき、これからの知財部とは？」の問には、「しっかりと方向性を示せるリーダーの排出と、そのリーダーが作る知財部」で締めくくりたい。

○佐々木 剛史 株式会社発明通信社シニアアドバイザー。トヨタ自動車株式会社知財部長、TTD C I P 事業本部長、TLO京都代表等を歴任。

INPIITのスタートアップ向け知財支援

独立行政法人 工業所有権情報・研修館（INPIIT）  
知財戦略部

スタートアップは、政府が掲げる「新しい資本主義」のイノベーションの担い手として、次世代の経済成長の中核となることが期待されています。スタートアップでは、新しい技術やアイデアがそのビジネスのコアとなっているケースが多いため、これらを知的財産（＝知財）として適切に保護することが重要です。一方で、スタートアップはビジネスの立上げに注力するあまり、知財の重要性に気づかず、コアとなる技術やアイデアを十分保護できていない場合があります。

INPIITでは、こうしたスタートアップを対象として知財の普及啓発や各種知財支援を実施しています。



また、大学の研究成果をもとにした大学発スタートアップは近年増加傾向にあります。INPIITでは、「知財戦略デザイナー派遣事業」や「産学連携・スタートアップアドバイザー事業」を通じて、専門知識を有する知財支援人材を大学に派遣しています。

産学連携・スタートアップ相談窓口

大学・大学発スタートアップ企業等の皆様  
産学連携・スタートアップに関するお悩みは是非ご相談ください

相談無料

発明発掘など研究ステージの初期段階からスタートアップ創出を含む産学連携活動まで、幅広く支援できることが特長です。さらに、大学や大学発スタートアップからの相談を受け付ける専門窓口として「産学連携・スタートアップ相談窓口」を設置して、知財に関する悩みについて気軽に相談いただける体制を整えています。

新刊紹介

発明通信社が自信を持ってオススメする書籍の数々です。

【知的財産入門 第4版】  
中川 勝吾 著  
発行 発明推進協会  
価格 1430円（税込）

【欧州特許庁審査便覧（日本語版）】  
欧州特許条約・同施行規則に基づいた欧州出願・欧州特許の審査の諸局面において採るべきプラクティス・手続に関する指針となる必備書。  
編集 EPO  
翻訳・発行 AIPPI・JAPAN  
価格 39930円（税込）

工業所有権 産業財産権 法令集 第61版  
発明推進協会

【知的財産入門 第4版】  
図表を用いて知的財産と社会の結び付きを丁寧に説明した、大学生や社会人をはじめ、これから知的財産を学ぶ方々

GUIDELINES FOR EXAMINATION IN THE EUROPEAN PATENT OFFICE  
欧州特許庁審査便覧  
欧州特許庁編  
AIPPI・JAPAN

【ボーデンハウゼン著 注解パリ条約】  
パリ条約の沿革と主要な規定の概略を簡単に述べ、各条各項毎に注釈を加えた、条約の適用に関する主な問題を簡単に

MANUAL  
FOR THE HANDLING OF APPLICATIONS FOR PATENTS, DESIGN AND TRADE MARKS THROUGHOUT THE WORLD  
日本版  
KUWEL LAW INTERNATIONAL  
AIPPI・JAPAN 編

価格 206800円（税込）

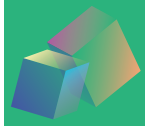
Kuwei Law International  
翻訳 AIPPI・JAPAN  
価格 206800円（税込）

GUIDE  
PARIS CONVENTION  
FOR THE PROTECTION OF INDUSTRIAL PROPERTY  
TO MEMBERS OF THE AIPPI  
定価 6600円（税込）

【外国出願のためのマニュアル】  
約200ヶ国・地域の知的財産権制度を国別及び種目毎に整理した、約80年世界中の実務家に愛用されているマニュアル。  
編集 Kuwei Law International  
翻訳 AIPPI・JAPAN  
価格 206800円（税込）

# 2024年の発明通信社

株式会社発明通信社  
代表取締役社長 山縣大輔



新年あけましておめでとうございます。平素より弊社に格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

2023年は新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、人的交流が回復し、働き方においてはWeb会議システム等を活用した在宅勤務と、これまでの様式とが組み合わさった新たなスタイルが定着、世界的に広がったインフレが漏れなく日本にも訪れ、未だ人々の生活を脅かしている一方で、IT技術、特に生成AI関連の技術が目覚ましい進化を遂げるなど、まさに変化の年でした。同様、もしくはそれ以上に様々な分野で急激な変化・発展が起ると予想される2024年。変わり続けるお客様のニーズにお応えしたいという願いを込めた発明通信社本年の取り組みについてお知らせいたします。

## 【IP DATA LAKE】

特許公報の提供は、紙からCD・ROM等の電子媒体、インターネットを介したダウンロード形式へと遷移してきました。それに伴い、取得可能な情報の種類も増え、提供サイクルもよりリアルタイムに近づいています。また、今や日本だけでなく、アメリカやヨーロッパ、さらに中国・韓国や新興国といった世界中の知財情報までもが閲覧可能です。しかし残念ながら、これらの情報すべてを自力で収集・維持・管理するとなると、膨大な労力とコストがかかってしまい現実的ではありません。

そこで課題解決の一助となるべく、2019年の特許・情報フェア&コンファレンスにおいて、弊社がこれまで蓄積してきた膨大な知財データから、お客様が必要な情報だけを抽出してご提供するIP DATA LAKEサービスを発表しました。こ



入力した情報の非保存といった各種セキュリティを保持、また知財業務向けにチューニング済みのChatGPTを利用したチャットツールです。現在はGPT3.5ベースですが、GPT4.0ベースでご提供するための検証をしております。

本年はIP DATA LAKEに蓄積されたデータを活用しながら、各種分析機能や生成AIを使用した機能強化を進

めていくことで「より知財情報を活用し易い」サービスに拡張していく予定です。

【HYPAT・i2・JAP IO・GPG/FX】  
検索ツールである両サービスにおいては、近年進化している翻訳品質向上を軸として更にユーザーに優しいツールに進化させてまいります。

【知財調査】  
ITツールを活用し、お客様とのコミュニケーションを円滑化、また調査員のスキルアップにより、これまで以上に高品質な情報提供を目指します。加えて、AIやBIツールを活用した分析サービスの提供やお客様の利用形態に合わせた調査報告を計画中です。

【IpeakMS®】  
クラウド知財管理サービスIpeakMS®（東芝デジタルソリューションズ株式会社）では、ノンカスタマイズのIT技術と今まで培ってきた弊社の経験や情報を融合させることで、これからの知財業務に合ったサービスの提供に努めてまいりますので、本年も引き続き、ご指導・ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

## 【HYPAT・DU】

2023年4月にリリースした「知財情報の効率的な活用」に特化したHYPAT・DUは、知財情報の収集、管理、蓄積、加工を容易に行う各種機能に加え、AIを採用したAI・SDI・AIチャットといった機能も搭載しております。

1. AI・SDI  
教師データを元に学習器を作成し、検索式を登録しておけば、次のSDI配信結果はAIが判定した評価順に確認することができ、SDI業務効率化に役立つ機能です。

2. AIチャット  
入力した情報の非保存といった各種セキュリティを保持、また知財業務向けにチューニング済みのChatGPTを利用したチャットツールです。現在はGPT3.5ベースですが、GPT4.0ベースでご提供するための検証をしております。

【IpeakMS®】  
クラウド知財管理サービスIpeakMS®（東芝デジタルソリューションズ株式会社）では、ノンカスタマイズのIT技術と今まで培ってきた弊社の経験や情報を融合させることで、これからの知財業務に合ったサービスの提供に努めてまいりますので、本年も引き続き、ご指導・ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

【ご提供価格の見直し】  
知財情報は10年前と比較して、その容量が数十倍に膨れ上がりました。またインフレの進行、円安による各種仕入価格の高騰・人手不足などが加わったため、適切なサービス提供を継続していくための課題が顕著になりつつあります。改めて業務の全面的な見直し・省力化・効率化を行い、サービス内容により、ご提供価格の見直しをさせていただきます。ご理解のほど、お願い申し上げます。

知財の業務範囲が拡大・複雑化していく一方、人手不足や知財専門家の不足等の課題は、これまで以上に深刻さが増していくと想像されます。それらに対処するためにも、生成AIやクラウド等のIT技術と今まで培ってきた弊社の経験や情報を融合させることで、これからの知財業務に合ったサービスの提供に努めてまいりますので、本年も引き続き、ご指導・ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

# WIPO日本事務所が 「Show and Tell」

## プレゼンテーションコンテスト」を開催

WIPO 日本事務所



世界的所有権機関（WIPO）日本事務所は、発明者や科学者、エンジニア、創作意欲や役割を、「伝道師」として、広く国内外に発信するとともに、国際機関の駐日事務所として皆様との橋渡しに努めています。その新たな活

動のひとつとして、小学生から大学生の学生、若者に、日常にある知財をもっと身近に感じてもらう、世界に広がる教育手法「Show and Tell」を知っていただくべく、2023年に「Show and Tellプレゼンテーションコンテスト」を開催しました。WIPOでは以前よりビデオや写真、詩などを題材に取り上げたコンテストを実施しています。WIPO日本事務所では、日本では浸透していない「Show and Tell」を、英語圏の初等・中等教育を中心に活用されている教育方法です。自分にとって大事なモノやトピックについて、大勢の前で発表し、モノを見せることを意味する「Show」と、伝えることを意味する「Tell」を組み合わせる「Show and Tell」と言われています。発表に対する質問やコメントを通じて分かち合う時間を意味する「Sharing Time」とも呼ばれ、発表する力だけでなく、個性を尊重しながら、チームワークや聞く力をも養うことができると考えられています。

Science Will Transform Schools and Business for the 21st Century」にて以下の言葉を記し、この言葉は主要紙をはじめ世界各地で広く引用されてきました。「今の小学生の65%は、まだ発明されていない仕事に就くことでしょう。」そして、2017年には、「100%の仕事は今日の技術時代によって変化していると思う。他方で教育制度は変化していない。」とも語っています。日本、ひいては世界各地の教育制度に、より多くの発明や創作、それにより導かれるイノベーションを育むことができるアイデアの助となればとの考えで、今回のコンテストは企画されました。

マに、プレゼンテーションを「ストーリー性」・「表現力」の5つの項目に基づき、評価しました。総勢104名の応募者の中から事前動画審査を経て、小学生の部・中学生の部・高校生・大学生の部の各部門で5名ずつ、合計20名のファイナリストが東京・赤坂インターシティAirに集いました。20名のファイナリストのプレゼンテーション内容は、環境、先端技術、発明品やアイデアなど多岐に渡るものでした。これらのプレゼンテーションは、国内外の幅広い分野から選ばれた審査員が、「オリジナリティ」・「課題解決」・「社会貢献度」・「See」における教育手法が活用され、多様な考え方を互いに尊重しつつ、発明や創作を保護する知的財産制度とともに、オープンイノベーションが一層促されることを期待します。



前よりビデオや写真、詩などを題材に取り上げたコンテストを実施しています。WIPO日本事務所では、日本では浸透していない「Show and Tell」を、英語圏の初等・中等教育を中心に活用されている教育方法です。自分にとって大事なモノやトピックについて、大勢の前で発表し、モノを見せることを意味する「Show」と、伝えることを意味する「Tell」を組み合わせる「Show and Tell」と言われています。発表に対する質問やコメントを通じて分かち合う時間を意味する「Sharing Time」とも呼ばれ、発表する力だけでなく、個性を尊重しながら、チームワークや聞く力をも養うことができると考えられています。

教育者として著名なアメリカのCathy Davidson氏が、2011年に出版の自身の著作本Now You See It: How Technology and Brainを、あなたの言葉で「デー



【コンテスト詳細・受賞者一覧・発表会当日の様子】  
[https://www.wipo.int/about-wipo/ja/offices/japan/news/2023/news\\_0024.html](https://www.wipo.int/about-wipo/ja/offices/japan/news/2023/news_0024.html)

# 中国における商標概説

泰和泰（北京）律師事務所 馮超



## 1. 商標の概念

「商標」とは、自己が取り扱う商品やサービスに使用する標章であり、トレードマーク、ブランドとも呼ばれる。これにより自らの商品やサービスを、他者のそれと区別する出所の表示機能を有し、また品質を保証する機能と広告宣伝の機能を持つ。そして長年の使用によって、業務上の信用がこれに蓄積され、顧客誘引力、グッドウィルが発生する。特にニセモノや冒用出願の多い中国では、これを保護する商標法は、知的財産法の中で最も重要な法律と言える。

## 2. 商標の種類

商標には、商標法第3条により、普通商標といわれる「商品商標」と「役務商標（サービスマーク）」のほかに、特殊商標といわれる「団体商標」と「証明商標」がある。さらに、前者の普通商標には、商

分類である。区分表はさらに細かな商品や役務毎にサブグループに細分化されており、これを「類似群」といい、それに付された番号を「類似群コード」と呼ぶ。

「音商標」とは、商品または役務の出所を識別できる音から成る商標をいう。一般的に、メロディーやテンポなどに、「音楽的要素」、歌詞などの「言語的要素」、雷や雨などの「自然音」から構成されるが、それ以外に、音楽的性質と非音楽的性質の両方を有する音が組み合わさっていることもある。

「音商標」とは、商品または役務の出所を識別できる音から成る商標をいう。一般的に、メロディーやテンポなどに、「音楽的要素」、歌詞などの「言語的要素」、雷や雨などの「自然音」から構成されるが、それ以外に、音楽的性質と非音楽的性質の両方を有する音が組み合わさっていることもある。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商

品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商

品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商



品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商

品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商

品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商

品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

「証明商標」とは、当該商標が使用される特定の商品、または役務について、その産地、原材料、製造方法もしくは提供方法、品質を証明するために用いる標章をいう。

「地理的表示」という概念は、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用またはその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素または人文的要素によって形成されたものの表示である。地理的表示は、商標法においては、証明商標または団体商標として登録出願することができる。

「立体商標」とは、三次元の立体的形状によって出所を識別できる商標である。ただ、中国の場合は、商標法第11条により、それが商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために不可欠な商品形状、商品に実質的な価値を備えるための形状の3つについては登録できないとされている。これらは、他者の商品との識別のための標章（マーク）というよりも、商

品そのものが持つ性能や機能や品質といった部分にウエイトがあるためと考えられる。「団体商標」とは、団体、協会またはその他の組織がその構成員に使用させる標章を指す。当該組織の構成員が使用する商標においても、団体自身が登録を受けることができるのが特徴である。

## オンラインセミナー

情報

○1月24日（水）15:00

「言ってOK、言ってNGなノウハウを見極めるために」

「重要ノウハウを認識し、効果をアピールする方法」

○録画配信 2月15日（木）16:00

\*毎月様々なテーマで開催中！当社ホームページからお申し込みください。

## 新刊紹介

【改訂5版 条解 弁理士法—令和3年改正法対応—】

立法に携わった筆者による、日本でも最も詳細な弁理士法の逐条解説書。全ての弁理士が必携の一冊。

編著 特許庁総務部秘書課 発行 経済産業調査会

価格 6600円（税込）



【現行輸入制度一覧 令和5年度版】

関税率法別表に準拠して項目を整理・編集した、銀行・通関業者・貿易商社から個人輸入を行うおとうとする方々まで、多方面にわたり活用できる実務書。

編集・発行 経済産業調査会

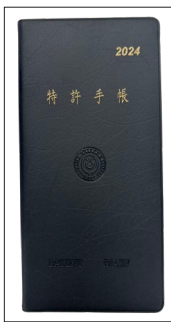
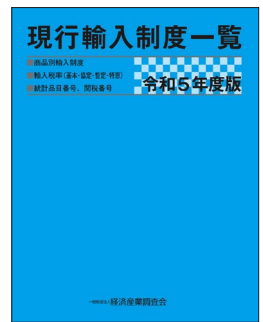
価格 25300円（税込）

【特許手帳2024年版】

知財に関する情報と手帳の機能がひとつになった、毎日の知財業務に役立つ人気シリーズ。携帯できる知財の豆辞典として、新人社員の教育用にお得様へのご進物用。

発行 発明通信社

価格 2090円（税込）



# 御食国から物申す 馬場 淳子

## 第19回 未来をイメージする



行したせい  
か、移住につ  
いての相談も  
ちらほらあり  
ました。

例① リモー

トワークに  
なったので、  
家賃の高い都  
会に住まなく  
てもよくなっ  
た。

例② 自然豊

かな環境で子  
育てをした  
い。

例③ 自給自

足で暮らして  
みたい。

例①は動機、  
例②は希望、  
例③は夢。

例③は夢。

どれも素敵な話ですが、具  
体的に、何を目的に、どこで、  
どのような暮らしがしたいの  
でしょうか？このように質問  
をすると、みなさん「そうで  
すね…」と考え込んでしまわ  
れます。手に職のあるなし、  
自己資金、育児や介護、各々  
の事情が交錯して「移住」に  
何を求めているのか、明確な  
答えを見出すことができませ  
ん。このような答えを見つけ  
る

2023年11月は、全国的  
に夏日と冬日が交錯し、服装  
に困る秋でした。特に海水  
の温暖化が心配されていま  
す。秋の旬であるサンマや鯖  
といった青魚が少なく、小浜  
湾の防波堤から海を覗くと水  
色のスズメ鯛が泳いでいまし  
た。

この時期、毎週末のように  
イベントがあります。食欲の  
秋、芸術の秋、行楽シーズンの  
到来ですね。自然の中のア  
クティビティやキャンプが流

られない状態は、社会人1年  
生の仕事の悩みと似ていると  
思います。経験もないまま、  
なりたいた職種の業界に就職し  
たところで、希望する専門職  
に就くことはまず無理です。

このようなとき、何を指針  
に、どう進めばよいのかを考  
えるためにも、「未来の自分」  
をイメージすることをお勧め  
します。1年後、3年後、5  
年後、10年後…というように、

『そのとき自分はようになって  
いるのか』『そのときの自分  
の環境』を想定し具体的に書  
きます。書き出す項目もポイ  
ントです。

地方創生に関わる仕事で起  
業する目標のある大学生を例  
にしてみましょう。

【1年後】

仕事…地方公務員 企画課も  
しくは農林水産課で現場を知  
る

環境…実家から通勤、自動車  
免許を取得  
趣味…日本各地を巡る旅、ま  
ず東海道の宿場町を自転車  
で走破

経済…未来に向けた貯蓄開始  
1年で100万円貯蓄

勉強…日本古来の建築技術、  
宮大工の仕事と組織の成り立  
ちを学ぶ

【3年後】

仕事…地方公務員 3年間勤  
務で得た知識の中で一番関心  
の高い部署へ異動希望

環境…実家から独立  
趣味…古民家巡り、古材を使っ  
て取得

【5年後】

仕事…地方公務員から転職の  
準備  
環境…住地候補探し（2年以  
内の移住目標）

趣味…古民家改修  
経済…貯蓄額をなるべく減ら  
さないようキープ

勉強…古民家鑑定士1級資格  
取得

勉強…市場予測、ホームページ運営、アジアのゲスト対応  
として韓国語習得  
というように、具体的な数字  
も書きます。実際の進行に合  
わせバージョンアップし、5  
年後、10年後を修正すること  
も可能です。

このように「未来の自分」  
のイメージがあると、最終目  
標がまだぼんやりとはしてい  
ても、3年後、5年後までに  
どんな知識を得て、どんな経  
験、どんな場所を訪問するか  
を考えることで、『どのよう  
な自分になりたいのか・あり  
たいのか』が見えてきます。

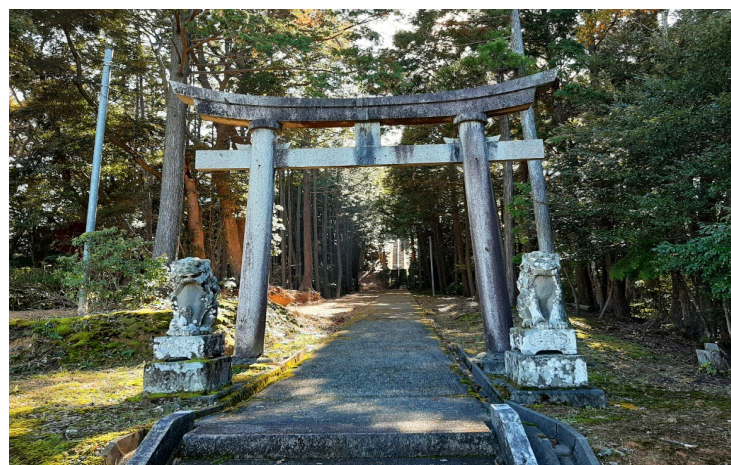
【10年後】  
仕事…移住先で  
起業 ゲストハ  
ウス経営とデイ  
トレーダー

環境…古民家を  
改造したゲスト  
ハウスの離れに  
家族で生活

趣味…DIY、  
家庭菜園

経済…公務員時  
代の貯蓄、グ  
ストハウス収入年  
300万円、デ  
イトレーダー収  
入年200万円

【写真】○里山…小浜市須縄、須縄大滝  
に行く途中に見る自然林の里山。広葉  
樹は早くも落葉していました。○妙見山…  
小浜市西勢にある妙厳寺の裏山にある神  
殿。病氣平癒、海上安全、家内安全、商  
売繁盛を祈願され、毎年6月と10月の15  
日には大祭があります。





## なるほど！レポート

### ～お札と切手の博物館編～

いよいよ始まった2024年。労働基準法改正、パリでの夏季オリンピック開催や東京デイズニースー新エリア開業など、1年を通して予定されている様々なイベントの中で、新紙幣の発行は、最も身近な変化ではないでしょうか？しかし、改めて考えるとデザインが新しくなるのか？というだけで、詳しくは人国立印刷局 お札と切手の博物館に伺いました。同館では、お札、切手、証券など、国立印刷局が製造した各種製品と、明治期以前、また諸外国のお札や切手、その製造と

深い関わりを持つ銅版画などを製造元ならではの視点で展示されています。

#### 【偽造との戦い】

日本で初めてお札が作られた1600年頃から現在に至るまで、ずらりと時系列に展示された歴代のお札に圧倒されながらその変遷を追っていくと、「お札の歴史は偽造との戦い」だと言いたくなります。悪人の思い通りにさせるものか！と細かい図柄や当時珍しかった色紙を採用したり、版を複数に分割し、それぞれ別の人が持つことで容易に印刷できないようにしたりと、その時々で可能な工夫が凝らされてきたそうです。

#### 【偽造を防止する技術】

時を経て技術が発達した現在のお札には、傾けることで数字や「NIPPON」の文字が見える潜像模様、ピンク色に光るパールインキ、拡大鏡で見て初めてわかるマイクロ文字など、私達にも馴染みのある偽造防止技術が施されています。また、中央部分に入っている「すかし」：これを侮るな（笑）。またデザイン面も節し、薄い部分（白）と、厚い部分（黒すかし）の2種類を組み合わせて、微妙な濃淡が表



鏡で見て初めてわかるマイクロ文字など、私達にも馴染みのある偽造防止技術が施されています。また、中央部分に入っている「すかし」：これを侮るな（笑）。またデザイン面も節し、薄い部分（白）と、厚い部分（黒すかし）の2種類を組み合わせて、微妙な濃淡が表



も行われ、更に使いやすく改善されています。

#### 【技術を支える工芸官】

これら技術の実現は、用紙もインキもオリジナルという印刷局の研究・開発の賜物であることはもちろん、高度な技術や経験を兼ね備えた「工芸官」と呼ばれる方々のご活躍があつてこそだそうです。

えぬよう今も若い世代に受け継がれているとのこと。日々の修行で描かれた作品も拝見しつつ、お札はたまぬ努力の結晶なのだとありがたく感じました。

今回の取材で、印刷局秘伝の技術とノウハウ、そして紙幣製造の裏方として活躍されている方々について知ることができました。最も印象的なのは「日本のお札は紙図を元に、これも工芸官が特殊な彫刻刀を使って金属板に点と線を手彫りし、原版が作られます。この唯一無二の技術は、印刷局の工芸官だけに代々伝わっていて、決して絶対に注目して、お札をこれまで以上に大切に扱いたいと思います。ぜひ皆様も新紙幣発行をきっかけに、知っているようで知らないお札について学んでみるのはいかがでしょうか。



○独立行政法人国立印刷局 お札と切手の博物館  
東京都北区王子1-6  
・1月曜日休館（祝日の場合、翌平日）入場無料