



Vol. 562 令和3年8月

NEWS



NPO 法人 横浜発明振興会

暑中お見舞い申し上げます。

今月の行事

8月「ハマ発明教室」オンライン開催

今月も引き続きコロナウイルス感染症対策として、オンラインで開催します。

と き 令和3年8月8日(日)

午後12時45分入室開始

(1時15分までに入室して下さい。)

開始 1時30分～4時30分

ところ ZOOMオンライン上に集合

◎ZOOM参加のURLは、[当会ホームページ「会員専用 ハマ発明教室オンライン参加案内」](#)(パスワードあり)に掲載しています。記載のURLをクリックし、参加して下さい。

◎また、メールアドレス登録済の方には、メールでお知らせします。(再連絡希望の方は、当会アドレス

info@yokohama-hatsumei.com へご連絡を)

内容 第1部：作品発表とディスカッション

第2部：発明研究会

テーマ：「インターネット出願について」

講師：小林 芳人氏

9月のハマ発明教室 予告

と き 令和3年9月12日(日)

午後1時30分～4時30分

オンライン開催かリアル教室かは未定です。リアルの場合、第一部は年間コンクールを行います。

サービス事業者も負担

製品の特許使用料、法改正へ

特許庁は自動車やスマートフォンなどに使われる特許に対し、最終製品を利用してサービスを提供する事業者にもライセンス料の負担を求める制度設計を検討する。例えば動画配信サービス事業者などが同一特許から利益を得ているにもかかわらず、メーカーのみがライセンス料を負担する仕組みに不満の声がある。有識者会議の結果を踏まえ、特許法改正を視野に入れる。車載通信サービスなど次世代ビジネスが進展する中、議論の行方が注目されそうだ。

法制化により他国に先んじて国内でイノベーション創出に適した環境が整うことが期待される。

2022年3月までに合計3回の有識者会議を開き、国内外の企業や弁理士事務所、大学などへの聞き取り調査などと合わせた報告書を取りまとめる。議論次第だが、配車アプリや飲食宅配サービスなども対象になる可能性がある。

部品や要素技術などの特許を持つ特許権者は、特許が使われる最終製品の一部をライセンス料として受け取るなどの方法で発明の対価を得る。現行制度では製品が市場に出回った時点で特許の権利が消え、最終製品を利用したサービス事業者がライセンス料の負担を求めることが難しい。

そこで最終製品の使い方に関し、特許の権利が消えない要件を議論をする。権利が消えない範囲内で事業者全体に広く薄くライセンス料を負担してもらい、メーカーだけの過大な負担を減らす狙いだ。

特許の権利が消えない要件が法律に明記されれば、企業がビジネスを始める際に特許侵害などのリスクを予測できる。欧米ではサービス業を含む事業者全体にライセンス料を負担させる法制度はない。通信技術の進展に伴い、車が他の車やインフラなどと通信し相互連携する「V2X」など、新たなサービスが生まれる。

市場価値に見合った正当なライセンス料が特許権者に支払われるような法整備も検討会で議論する。こうした仕組みが機能すれば、発明者が所属する企業や大学が特許で得たライセンス収入を次の研究開発に回すといった好循環が生まれると期待される。

(日刊工業新聞7月9日)

8月のハマ発明教室のご案内

第1部 作品発表とディスカッション
 第2部 発明研究会
 テーマ：「インターネット出願について」
 講師：当会副会長 小林 芳人氏

第627回オンライン・ハマ発明教室
 (日曜発明教室)報告

ZOOMにより7月11日(日)に開催しました。

出席者 役員5名、会員5名 計10名

○第一部 作品発表とディスカッション

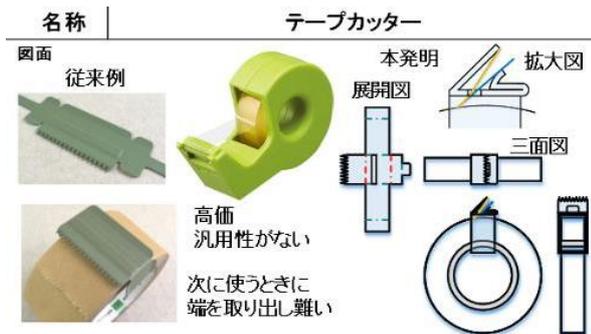
作品名 発表者

- ①感染症対策 鋸屋 卓明氏
 トング掴み用「簡易手袋」
- ②テープカッター 小林 芳人氏
- ③W歯ブラシ 村石 武勝氏

○投票の結果、次のように賞が決まりました。

『最優秀賞』 6票

- ②テープカッター 小林 芳人氏



- 課題
- ・粘着テープ端部の取り出しが難しい。
 - ・後付け可能でテープの端を取り出し易いテープカッター。
- 解決手段
- ・テープ端保持舌部とカッターの間にテープ貫通開口部を設けた。
 - ・テープカット後に粘着部が舌部に粘着する構造とした。
- 効果
- ・曲げ加工可能な軟鋼薄板素材を採用した。
 - ・粘着テープ端部の取り出しが楽になった。
 - ・カッターが付属していないテープに後付け利用が出来る。
 - ・板金打ち抜き加工で製造できるのでコストが安い。

『奨励賞』

① 感染症対策

トング掴み用「簡易手袋」 鋸屋 卓明氏

3月の発明教室で発表し、参加者から「掴みやすさ」や「ムレ防止」の改善について「試したくなるアイデア」をいただき、特に「ミトン型」ではない「3



本指型」との意見は何としても試みたいと作成した。素材についても再試作し、蒸れない=紙、&そこそこの強度&水濡れでもすぐには破れないキッチンペーパーを採用した。



③W歯ブラシ

村石 武勝氏

長い間2種類の歯ブラシを使用していて、歯磨きの途中で歯ブラシを交換するのが面倒なことから、2種類の歯ブラシを1本にまとめた作品。



○第二部 発明研究会

『発明家のための思考法』

講師：顧問 斎木 隆士氏

(有)ワッツパテントサービス

誰もが見過ごす問題を発見する3つのポイント
思いこみを捨てて「誰もが考えつく問題」
から「誰もが見逃すような問題」を発見するた
めの下記の3つのポイントをトニー・ファデル：
デザイン最大の秘密... 気付く事を紹介して
いる。

1. 視野を広げること。
2. 近くで見ること。
3. 若く考えること。

人は、習慣によって不便なモノでも当たり前
のものとして捉え、問題に気が付かなくなる。

しかし、デザイナーやイノベーターは、そうい
った問題に気づくだけではなく、解決すること
が重要だと述べている。

発明家の方々はこのようなことはすでに、日常
的に行っているという方も多いかもしれない。

しかし、体系立ててこのように言語化してくれ
ると、より思考の整理がしやすくなるし、これ
から発明やイノベーションに取り組もうという
人達にはとても役立つ。

以前この研究会で大庭氏が紹介した植田まさし
による4コマ漫画作品『コボちゃん』も同じよ
うな発想法で作られていると気づいたのではな
いでしょうか。

更に課題に対する適切なアプローチ方法を導き
出すためにはそれ以前に適切な問題の発見がで
きる必要がある。

そこで重要になるのが「正しい問いを立てる」
ということである。

ピーター・ドラッカーはこう言っている。

重要なのは、正しい答えを見つけることではな
い。正して問いを探すことである。間違っ
た問いに対する正しい答えほど危険とはいえない
までも役に立たないものはない。

大事なのは思考プロセスを知り、考える方法を
知ることであろう。

話は変わるが、アインシュタインがこんなこと
を言っている。

「私は地球を救うために1時間の時間を与えら
れたとしたら、59分を問題の定義に使い、1分
を解決策の策定に使うだろう」

実際はつくり話という説もあるが、天才アイン
シュタインなら言いそうな話である。

ここで言う「問題の定義」が「問いを立てる」と
いうことである。

正しい問いを立てられれば1分で問題解決の方法を
考えつくことができるということである。

自分が発明した商品売り込むコツ

人々の感情を動かす時に大事な事は「なぜそれ
をやるのか、なぜ必要なのか、自分たちが何を信
じているのか」というような「なぜ」から考える
ことである。

優れたリーダーはどうやって行動を促すかー サイモン・シネック

<http://embed.ted.com/talks/leng/ja/>.

Simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action
組織コンサルタント。ランド・コーポレーション
非常勤研究員。国連、アメリカ連邦議会、米陸海
空軍、海兵隊、沿岸警備隊、ディズニー、アメリ
カン航空など多数の期間・企業で「人を奮い立た
せる方法」を伝授する。

Apple やマーチン・ルーサー・キング、ライト兄
弟など革新的な結果を出してきた人や組織を事例
に、人は「WHAT(何を)」ではなく「WHY(なぜ)」
に突き動かされることを「ゴールデン・サークル」
というフレームワークで解説した動画。

個人発明家の方々は自身の発明を企業に売り込ん
でもなかなか相手にされず残念な経験をしている
方々も多いと思う。

ここでは人の心を動かす方法についていろいろな
事例を紹介し丁寧に解説されている。

いくら優れた発明をして企業に売り込んでも、企
業トップは「分からないもの」については絶対に
「YES」とは言わない。

「わかる」という言語の語源は、「分ける」こと
である。「わかる」ことが「分ける」ことなら、「わ
からない」状態とは、わけられていない、混沌と
した状態である。

こうした「分け」の「わからない」状態に置かれ
ると、人間は不安になりがちになるといわれてい
る。

心理学的な側面から人々の行動をわかり易く解説
した優れた動画であるので参考にされたい。

もしかしたらこの方法で売り込みに成功するかも
.....

新興勢、知財戦略に軸足

特許などの知的財産を重視する動きがスタートアップに広がってきた。ソフトウェア開発のアイムビサイドユー（東京・世田谷）は創業1年目に100件の特許を出願した。新型コロナウイルス禍で先行きの不透明感が強まるなか、競合の登場を防ぐ狙いがある。一方で特許を通じた大企業との連携も進む。「守り」と「攻め」の両面で、知財戦略の重要度が高まっている構図が浮かぶ。

「コロナ下で急成長を実現するには、知財戦略しかない」。アイムビサイドユーの神谷渉三社長は強調する。2020年6月に創業し、今年6月までの1年間に特許は100件に達した。出願ペースは大手企業に匹敵する。

主力事業は人工知能（AI）を活用したソフト開発だ。ビデオ会議で画面に映る人物の笑顔の回数などをグラフ化し、感情を分析するソフトを持つ。ベネッセホールディングスやNECなど数十社が導入、営業現場などで相手の本音を推測する目的で使われている。

コロナ禍のなかで類似サービスの登場を防ぐため、知財戦略に力を入れている。特許出願は画像分析結果の利用法に関わる内容が最も多く、感情評価などが続く。20年8月には中畑稔弁理士を最高知財戦略責任者に招き、技術検討から出願までを社内で完結できる体制を整えた。中畑氏は知財戦略について「大企業と対等に渡り合う交渉力にも直結する」とみる。

ヒトやカネが十分でないスタートアップは知財戦略を後回しにする傾向が強かった。研究開発や販路開拓など他の課題が山積するためだ。だが、近年は大企業との協業が広がり、弱い立場に置かれるスタートアップの間で、技術を守る意識が高まってきている。

有力スタートアップも動き始めた。特許調査会社パテント・リザルト（東京・文京）の協力を得て、日本経済新聞社の「NEXTユニコーン調査」の上位50社を調べたところ、34社が特許を出願。公開件数は20年に計234件と19年に比べ7割ほど増えた。

件数の伸びが最大だったのはAI開発エクサウィーズ（東京・港）だ。20年はそれまでの公開件数の3倍となる33件を公開した。19年には知財チームを設立し、特許取得に力を入れている。

顧客が介護や製造業など幅広い業界にわたるため、

各領域で優位性を保つためには専門チームが必要だと判断した。社内では「発明報奨金」制度も設け、新技術のタネの発明者に1件あたり数万円を支給している。

物流ドローンを開発するエアロネクスト（東京・渋谷）は空中でも荷物を安定的に運ぶ機体構造に関わる特許を持つ。創業時から製品はつくりたくない方針で、運行ノウハウを持つANAホールディングスと提携し、機体を共同開発している。

ドローン開発の自律制御システム研究所（ACSL）にはライセンスを供与し、使用料を得ている。田路圭輔代表は「大手と市場を奪い合う状況になれば、資金面の余裕がないスタートアップに勝ち目はない」と分析。業界に不可欠な知財を持つ企業を目指す。

スタートアップを支援する取り組みも広がってきた。特許庁と経済産業省は20年6月から順次、不利な条件で大企業と契約を結ばされるのを防ぐための「モデル契約書」を業種ごとに公表している。特許庁は審査結果通知までの期間を1カ月弱（平均は9カ月半）に短縮できる制度も整えた。

ベンチャーキャピタル（VC）のグローバル・ブレイン（東京・渋谷）は20年4月、弁理士などが常駐する知財戦略チームを立ち上げた。戦略の立案から出願書類の作成までをサポートする。既に27社を支援し、計24件の特許出願に携わった。顧客の中には現在の主力事業を脱し、ライセンスビジネスへの転換を図る企業も出てきたという。

同社の広田翔平ディレクターは「スタートアップの知財戦略は経営者の意識や知識に左右される。相談できる場が少なく、もっと増やす必要がある」と指摘する。スタートアップが持つ新しい技術やアイデアを社会変革につなげるためにも、人材や情報提供など多方面からの支援が不可欠になる。（日本経済新聞7月21日）

事務局だより

新型コロナウイルスの感染者が急増しており、今月の発明教室もオンライン開催となりました。このところ教室の参加者の数が低調です。オンラインならではの良さもあります。ぜひ大勢のご参加をお願いいたします。