新連載

ネットビジネス社会の常識を変える

ビジネスモデル特許入門

今月からスタートする本連載は、話題の「ビジネスモデル特許」を扱うものだ。昨今の報道はやや過熱気味の感もあるが、本連載ではビジネスモデル特許に対する正しい理解と考え方を示していきたい。今回は、ビジネスモデル特許を考えるうえで土台となるいくつかのトピックについて、本連載の筆者を務める松倉秀実氏に語ってもらう。

弁理士 松倉秀実
Photo: Nakamura Tohru

第1回（Prologue）
なぜ「ビジネスモデル」が特許になるのか

最近、ビジネスモデル特許がにわかに注目を浴びるようになりました。実は、この「ビジネスモデル特許」という用語は正確でありません。正確には「ビジネスメソッド（方法）特許」と言うべきだと私は思っています。アメリカではもっぱら「ビジネスメソッドパテント」と言っており、「ビジネスモデルパテント」という言い方はしていません。しかし、日本では、最初に「ビジネスモデル特許」として紹介されたため、この名称が一般化しています。この稿でも、特に言い換えることはしませんが、「ビジネスモデル特許」という言葉が正確な用語ではないことをあらかじめお断りしておきます。

それは056特許から始まった

ビジネスモデル特許が世間の耳目を集め出したきっかけは、1998年7月のアメリカにおけるステートストリート・バンク事件です。財務・経営のコンサルティングを業とするシグネチャー・ファイナンシャル・グループは、もともと「ハブ・アンド・スポーク」という財務業務体系のデータ処理システムの特許、いわゆる「056特許」の権利承継人（特許権者）でした。「056特許」の内容は、複数の投資信託の資産をスポーク（車輪の矢）にたとえて、パートナーシップとして組織されたハブ（車軸）に相当する投資ポートフォリオの中にプールされる仕組みです。これは投資構造の運用を支援するシステムで、ポートフォリオと各ファンドの資産価値の日々の変動を考慮して、各ファンドに毎日資産を配分する手段を提供するというものでした。

同業者であるステートストリート・バンク＆トラスト社は、シグネチャー社に対して、056特許のライセンス交渉を行っていましたが、最終的に金額の問題で交渉は決裂してしまいました。そこでステートストリート社は、「シグネチャー社の“ハブ・アンド・スポーク”特許は、もともとアメリカの特許の成立要件（米国特許法第101条）を満たしておらず、特許として認められるべきものではない」として、特許の無効を主張して訴訟を提起したのです。

このステートストリート社の提訴を受けた第一審のマサチューセッツ州連邦地方裁判所は、056特許について、『“手段プラス機能”形式で記載され、各手段が単に“プロセス工程”を述べているに過ぎない」と解釈し、米国特許法第101条の法定主題、すなわち「発明として保護すべき主題を規定した条文」（後述）の要件を満たしていないと判断、ステートストリート社側の主張どおり、056特許の無効を認める判決を下しました。

この地裁判決に対して、シグネチャー社は連邦巡回控訴裁判所（CAFC）に控訴し、控訴審では判決が一転しました。すな

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

松倉秀実
（まつくら・ひでみ）
弁理士／秀和特許事務所 パートナー
1955年生まれ。インターネット技術やソフトウェアの特許・商標問題が主な仕事。著書に『日米欧国際特許明細書の書き方』（イカロス出版刊）、『インターネット時代の法律入門』（小社刊）がある。

わち、各手段に対応する構成として、実施例にはパーソナルコンピュータやハードディスクが記載されていることを指摘し、第112条第6パラグラフの「手段プラス機能」形式のクレームに関する規定に従って解釈し、「056特許のビジネス方法は、特許としての適格性がある」と認定したのです。

1998年7月に下されたこの控訴審判決により、ビジネスモデルが特許発明の対象として否定されないことが世間一般に認知されたわけです。

プロパテント政策の追い風

ビジネスモデルは、ステートストリート・バンク事件により、裁判所の認知という何にも増して強い援護をかち得、一挙にスポットライトを浴びる存在に浮上したわけですが、同時にそれ以前に起きていたアメリカ特許庁の動きを無視することはできません。アメリカ特許庁においてビジネスモデル特許の扱いがどのように変わっていったかを考察することは、今後の世界の方向性、また、その中で日本はどうなるのかを考えるうえでも必要です。

ビジネスモデル特許が登場してきた根源は、古くはアメリカのプロパテント政策に求めることができます。1980年代のレーガン政権下のアメリカは、経済が非常に混迷していました。当時、ヒューレット・パッカード社のヤング氏は、この混迷状況を打破するための提言として、いわゆる「ヤングレポート」を議会に提出しました。

同レポートでは、投資家が安心して投資できる特許環境を作ることによって経済を活性化させることが必要であるという、いわゆる特許重視、つまり「プロパテント政策」を提言したのです。

これに呼応するように、アメリカでは、有名なミノルタ・ハネウェル事件に代表される、特許権侵害に対して莫大な損害賠償を認める判決が相次ぎました。つまり、プロパテント政策でいくら「特許重視」と声高に叫んだところで、誰もそれに乗ってこなければ単なる「絵に描いた餅」です。訴訟の場面でもプロパテント政策を反映する判決が出されることによって、やっと内外の企業の目が特許に向けられ始めたわけです。

この結果、政府の思惑どおり、企業の特許に対する意識は高まり、特許出願件数は一挙に増加し、市場への資本投入も行われ経済が活性化するようになったのです。

ソフトウェア特許の保護動向

一方で、アメリカは、特にインターネットをインフラとしたネットワーク産業が将来の基幹産業になると予測しており、この分

ビジネスモデル特許をめぐる主な話題

「ハブ＆スポーク特許」事件
ビジネスモデル特許が注目されるきっかけとなった事件。シグネチャー・ファイナンスグループが持つ「ハブ＆スポーク特許」（投資信託において複数のファンドを一括管理する仕組み）に対し、ステートストリート・バンクが特許無効の訴えを起こした。連邦巡回控訴裁判所は1998年7月、シグネチャー社の特許を認める判決を下す。

「DART」事件
米ダブルクリック社は1999年9月7日、インターネットにおける広告提供の仕組みに関する特許を取得。同社の広告配信ソリューション「DART」の基礎となる技術が含まれる。99年11月にオンライン広告のL90社を特許権侵害で提訴。

「逆オークション特許」事件
いわゆる「逆オークション」特許。消費者がウェブサイトで購入条件を指定し、売り手が応札して売買が成立する仕組み。プライスラインを運営するWalker Digital社は1999年10月、米マイクロソフトの「エクスペディア」を特許権侵害で提訴。

「ワンクリック特許」事件
一度入力された情報を保持しておくことを特徴とする「ワンクリック特許」を保有するアマゾン・コムが、1999年10月21日に大手書籍販売のバーンズ＆ノーブル社を特許権の侵害で提訴した事件。同年12月に特許権侵害を認める仮処分が決定された。

「ショッピングカート特許」事件
2000年4月、Juliette Harrington氏がオンラインショッピングのソフトに関する特許権の侵害でヤフー社を提訴した事件。Harrington氏が開発したソフトウェアは、複数のサイトでのショッピングの支払い処理を1か所で済ませられるもので、いわゆる「ショッピングカート」を指すと言われる。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

野での知的財産の保護が重要課題になりつつありました。

ところが、ここで問題になったのが、ソフトウェア発明に対する米国特許庁の方針でした。つまり米国特許庁は1970年頃からネットワーク上のビジネスやソフトウェアそのものを直接特許として認めることはしておらず、ハードウェアの制御やハードウェアそのものに限って特許を認めていたにすぎませんでした。この根拠になったのが、先ほどのアメリカ特許法第101条だったわけです。

101条は、「新規かつ有用な方法、機械、製品、組成物、またはこれらの新規かつ有効な改良を発明ないし発見した者は、この法律に定める条件および要件に従って特許を受けることができる」という、何を特許保護の対象として認めるかを定めた条文、つまり、「国が何を特許の対象として価値を認めるかということ」を宣言し、それ以外のものは特許としては認めないという一種の規制条文なわけです。

プロパテント政策で「特許は重要ですよ」と言いながら、せっかく出願した特許が、特許としての適格性がないとして101条で拒絶されてしまう。特に将来の基幹産業として投資妙味の大きなネットワークビジネス分野でそうした現象が続くと、市場が特許に対してそっぽを向いてしまう可能性があります。インターネットやネットワークビジネスの発展に伴って、101条の規制条文はむしろ邪魔になり始めたわけです。そこで、アメリカ特許庁は、1994年ごろから大きく政策を転換し、プロパテント政策の延長線上で101条の要件の緩和に踏み切りました。これは具体的にはソフトウェア関連の発明の審査基準として好評されました。

つまり、フロッピーやCD-ROMなどの記録媒体が市場に流通することを考慮して、記憶媒体形式での特許を認めるとともに、先ほどの101条を緩やかに運用する方針に転換しました。つまり、特許出願されたものについては、基本的には101条の「成立性要件」については有用性さえあればよく、それよりもむしろ102条の「新規性」、103条の「非自明性」、112条の明細書の記載要件などを中心に審査を行っていこうということになりました。

簡単に言えば、出願された発明が特許として適格であるかどうかはあまり考えずに、世の中で知られたもの（公知のもの）と同じかどうか、また公知なものから簡単に考えつくかどうか、さらに明細書がちゃんと記述されているかどうかという客観的かつ明確な基準で迅速に審査を行い、素早く特許権の成立を認めていこうという方向に変わったわけです。

そうすると、その当時、アメリカ特許庁の審査官が一体どんな審査資料を持っていたかを考えれば、現在の状況が少しわかってきます。つまり、当時の審査官たちは、コンピュータ工学、化学、薬学の技術に関する資料は多く持っていましたが、金融、経営、マネージメント手法といった分野の資料はほとんど持っていなかったのではないでしょうか？　アメリカでは出願されてから特許になるまでの間は審査官だけしかその出願内容を知らないわけですから、審査官が資料を持っていない分野での出願は必然的に特許が成立しやすくなったわけです。

注：日本では出願公開制度（出願から1年6か月経過すると出願内容が公開される制度）があるため、これを見た第三者が特許の成立を否定する資料を審査官に情報として提出できる機会がある。

特許の価値は市場が判断すべき問題

1998年7月の「ステートストリート・バンク」事件判決により、ビジネスモデル特許は裁判所に認知されました。しかし、今まで述べてきたとおり、アメリカでは、1994年以降の特許庁の審査基準の緩和により、ビジネスモデルを認める土壌はすでにでき上がっていたのです。アメリカは、国家政策として、新しい産業であるインターネットやネットワークビジネスを積極的に保護し、同分野において国際的にも優位な地位を築こうという方向を打ち出しました。そして、特許制度の仕組みもその方向に合わせるように変えたわけです。

先ほどから述べているように、「基本的に101条の要件は厳しくみない」となれば、これは一種の規制緩和です。規制緩和の後に続くのは当然のごとく自由競争であり、現在、非常に多くのビジネスモデルで特許が認められ、それらが市場で林立する状態になっています。そして「こんな誰でも考えつくような簡単な仕組みで特許を取った。これではインターネット産業の発展が阻害されてしまう」というニュースが毎日のようにマスコミで流されています。

しかし、そうしたマスコミの論調は、特許による独占の恐れという事象の表層のみをなぞったものであり、肝心な点を置き去りにしています。その肝心な点とは、「自由市場においては、国家は、明確かつ客観的な最小限の基準だけで特許を付与する役割のみを担うべきである。そして、その結果成立した特許の価値は市場が判断していかなければならない」ということです。われわれは今、市場の中で特許の価値を的確に判断

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

「インターネットの時限利用課金システム」(USP 5,956,697 特開平10-27036)

プロバイダー業は特許に抵触するのか?!

株式会社インターナショナルサイエンティフィックが2000年4月、国内のプロバイダー各社に送った「ビジネスモデル特許抵触の可能性」と題したメールによると、同社は「インターネット時限利用課金システム」特許を日米で取得しており、「ユーザー認識によるサービス業」「IDとパスワードなどを必要とする販売手法全般」「従量制のサービス全般」などは特許に抵触するビジネスモデルだという。このため同社は、プロバイダーなどにライセンス契約を求めていく方針だという。

【松倉氏の所感】

特許請求の範囲は請求項1から12まであるが、その中で唯一の独立請求項である請求項1を見てみよう（左囲み参照）。この特許の本質は、意見書で主張されているとおり「認証データベースと拡張認証データベースによって、認証方式が二次的にされている点、および個別情報（パスワード）と接続度数（残り時間）とが1つのレコードで管理されている点」だと言える。

上記請求項を読んだだけでは、認証データベースと拡張認証データベースとの関係が不明確だが、特許公報などを見ると、認証データベースに対して拡張認証データベースが二次的な管理構造になっていることが理解できる。

つまり、不特定多数者の認証データを、認証データベースと拡張認証データベースで二次管理してインターネット接続の可否判断を含む接続に要する時間を短くすることで、データベースのメンテナンスを容易にし、不特定多数者のデータを適切に管理できるようにしたものだと言える。

プリペイド接続の場合、IDとパスワードの認証を迅速に行い、それと連動して度数を管理する必要があるため、このような二次的に管理された認証データベース構造が技術的に有効になる。この点に技術的な特許が認められ、特許が成立しているのではないだろうか。また、ログイン名を工夫すること（テンプレート構造）で、多数のログインに対応できるようになっている。

つまり、この特許の範囲はインターネット全般にわたるものではなく、プリペイド接続方式で、かつ認証方式がきわめて限定されたものに対して認められたものだと言える。その証拠に、この特許の参考文献（審査時に審査官が参照した文献）には、本特許の出願以前に発行された文献に記載された技術（インターネットのプリペイド接続技術）が示されており、審査でもこの参考文献の存在を前提に、特許査定がなされた経緯がある。

【請求項1】

クライアントにインターネットとの接続サービスを提供するターミナルサーバと、該ターミナルサーバからの指示によりクライアントから入力された個別情報に基づいてインターネットとの接続可否を確認する認証サーバと、該認証サーバに連動し各クライアントの個別情報及び予め設定された利用可能な時間を示す接続度数から構成される認証データを各クライアント毎に一つのレコード単位として管理する拡張認証データベースを各レコード単位毎に有する認証データベースと、該拡張認証データベースに連動し各クライアントの接続利用時間に合わせて接続料金を計算して接続度数を逐次更新する課金サーバとを備え、該拡張認証データベースで管理されるクライアントの接続度数が0になるまでの間に限りインターネットの接続サービスを提供してなることを特徴とするインターネットの時限利用課金システム。（原文のまま）

※下線部分は審査の段階で出願人によって追加（補正）された部分。

しなければいけない時期に来ているのです。

たとえばハブ・アンド・スポーク特許、プライスラインの逆オークション特許、アマゾン・コムのワンクリック特許など、最近話題をさらったビジネスモデル特許について、大半のマスコミは、ハブ・アンド・スポークや逆オークションやワンクリックそのものに権利があるかのように報道しています。ところが、特許公報をよく読むと、それらの技術を支える仕組みに対して特許が認められている場合が多いのです。

そうした特許の内容を正確に分析して紹介している報道は、残念ながら皆無に近い状態です。しかし、ビジネスモデル特許が登場した背景から考えると、われわれはそれら特許を市場の中で正確に判断する目を持たなければいけません。私としては、今回のこの連載が、そのことを皆さんと一緒に考えていく1つのきっかけになれば嬉しいと思っています。

記事に関するご意見やお問い合わせは、下記アドレスまでお寄せください。
im-tokkyo@impress.co.jp
※誌面にてお答えすることはありますが、個別にメールでは回答できませんのでご了承ください。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

[インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年〜2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

http://i.impressRD.jp/bn

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先
株式会社インプレスR&D
All-in-One INTERNET magazine 編集部
im-info@impress.co.jp

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.