

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

仕事柄、私のもとには、「eコマースで料金を徴収できるようにしたので、これを特許にしてください」といった依頼が多く寄せられます。これらはビジネスモデルについて誤解しているところがあるようです。そこで今回は、「ビジネスモデル特許として守られるべきものは何か」という話をしたいと思います。

弁理士 松倉秀実
Photo: Nakamura Tohru

第2回

いったい「ビジネスモデル」とは何を指すのか

意外と多い ビジネスモデルへの誤解

本来、ビジネスモデル特許として守られるべきものは「ビジネスそのものの創造性」です。誰も気付いていないビジネスを作り上げるとい創作のおもしろさ、創作の見事さこそが特許として守られるべきなのです。今回は、私が考えたビジネスモデルを例に具体的に説明していきましょう。

私は現在、ASAHIネットというプロバイダーでホームページを開設しています。つい最近アクセス数が16万件を突破しました。もし私が不慮の事故で突然死んでしまったら、この私のホームページは一体どうなるのでしょうか？ ベッドに入ってウトウトしながら、ふとそんなことを考えました。ここから話が始めますが、次ページの図と併せてご覧ください。

 www.asahi-net.or.jp/~gv8h-mtkr/

「もし私が死んだら...」から 生まれたビジネスモデル

通常、ホームページを開設しているプロバイダーへの支払いは、クレジットカードによって銀行口座で決済されています。私が死亡すると（図中①）、私の銀行口座は閉鎖されてお金は引き落とせなくなるので（図中②）、プロバイダーは数か月後に私のホームページを開鎖してしまうでしょう（図中③）

しかし、そうやってなし崩し的にホームページが消えてしまうのは何か理不尽ですよね？ そこで私は「現実世界での地位の変動をホームページに反映させる方法はないだろうか」と考えたわけです。

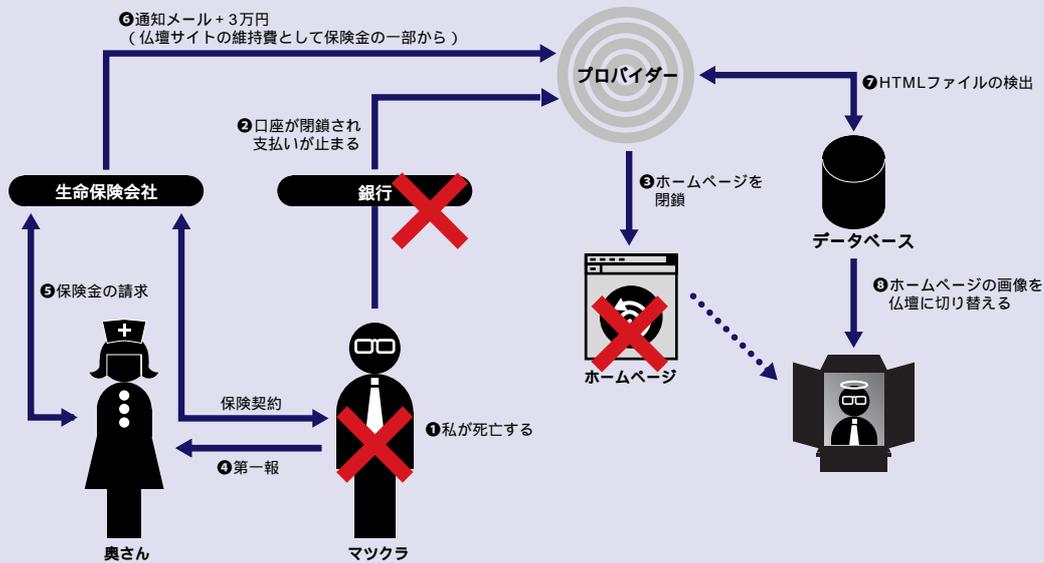
もしも私の身の上になにかあった場合、最初に連絡が行くのは私の家族です。中でも、私と一番親しい奥さんに第一報がもたらされるはず（図中④）。うちの

奥さんは、私が言うのも変ですが、昔は女優の風吹ジュンに似たかなりの美人だったのです。いまは……容姿はさておき、某病院の婦長をしています。彼女は、私がホームページを開いていることは知っていますが、ホームページのメンテナンスのやり方など知らないし、ましてや看護婦として人の生死にの緊迫した世界を日常的に見ているので、知的財産云々にはまったく興味がなく、私が死んだ後のホームページの処理を託すことは残念ながらもできません。

保険会社との インターネット特約

では、どうしたらいいのでしょうか？ 私が死んだときにうちの奥さんが何をすることを考えてみると、その答えが出てきました。いまの夫婦間の愛情の度合いを考えると、おそらく2日間は泣いてくれるだろうと踏

「仏壇サイト」のビジネスモデル(原型)



んでいます。しかし、3日目には元気を取り戻し「さあ、頑張ろう!」と言って、私がいなくも生きていけるような自立の道を考えるとともに、私が加入していた生命保険会社に対して、私が死んだことを証明する医師の死亡診断書や区役所の死亡届けといったものを提出し、保険金を請求することでしょう(図中⑤)。

ここからがポイントです。それならば、私はあらかじめその生命保険に「インターネット特約」を付けてもらえばいいのではないかと思います。その特約の内容は、私が死亡して保険金の支払いが行われた場合、そのうち3万円がプロバイダーに支払われると同時に、保険会社から電子メールでプロバイダーに通知を送るというものです(図中⑥)。

電子メールで通知を受けたプロバイダーは、そのメールの中から私の情報を読み出し、自社のデータベースにアクセスして私のURLを検出します(図中⑦)そして、そのURLのHTMLファイル(現在のホームページを、あらかじめ用意されていた仏壇の画像のファイルに切り替えるのです(図中⑧)。その仏壇ファイルには、たとえば「生前はお世話になりました」とあいさつする私の動画が映るようになっておきます。

要は、私が死ぬことをトリガーにして、ホームページが自動的に仏壇の画像に切

り替わる仕掛けを作るのです。

ここでは、私の死をきっかけにして、生命保険会社とプロバイダーの間でお金がやり取りされるという新しいビジネスができ上がります。保険会社とプロバイダーを結び付けるビジネスは、皆さんが意外にまだ気付いていない点だと思います。

私が期待しているのは、このような今まで誰も気が付いていないところに着想して創造した新しいビジネスです。そうしたものがこそビジネスモデル特許として主張されるべきものだと思います。

ところが、多くの人が提案しているビジネスモデルを見ると、残念ながら、小手先の、それも既存のアイデアに頼ったものが非常に多いように見受けられるのです。

新しい仕組みや仕掛けが特許になる

いまお話しした例を、仮に「仏壇サイト自動開設ビジネス」と名付け、日本でこの特許を取るにはどうしたらいいのかを考えてみましょう。

前回お話ししたように、現在の米国では、かなり広い範囲でビジネスモデル特許が認められています。もし「仏壇サイト」の特許をアメリカで取ろうと思った場合は、「生命保険会社が加入者の死亡を認

識すると、当該加入者の死亡をプロバイダーに通知する。死亡通知を受け取ったプロバイダーは自社データベースにアクセスし、当該加入者の開設しているホームページをあらかじめ用意された別の仏壇画像に切り替える」というステップで特許が取れるでしょう。

一方、日本では、ビジネスモデルそのものが特許として守られるわけではありません。あくまでもビジネスモデルを支えるハードウェアやインフラを利用した仕組み・仕掛けが特許の対象になります。

私の「仏壇サイト」の特許を日本で取ろうと思ったら、「生命保険会社のサーバーに加入者の死亡が入力されると、当該加入者の情報を特定のメールフォーマットに格納して伝送路(ここではインターネットを指します)に送出する。伝送路を通じてプロバイダーが前記メールを受け取ると、当該メール中から加入者の情報を読み出し、自社サーバーにアクセスして、当該加入者が開設しているホームページのアドレスを、あらかじめ用意された別のアドレスに更新する」という形のクレーム(特許請求の範囲)になると思います。

日米でレベルの差があるにせよ、結果としては、特許で「仏壇サイト自動開設ビジネス」をサポートしていることになりありません。



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。

後の子供の養育費にもなる。これは一石二鳥ではないかというわけで、なるほどと思いました。

このように、まず最初にまったく新しいビジネスを創造すれば、それを元にして次々とアイデアを生み出して、特許を無限に膨らませることができます。その意味では、言わばピラミッドの頂点にあるような特許がもっとも強い特許と言えます。

これに対して、いま実際に多くの方から提案されるビジネスモデル特許は、ピラミッドの底辺のほうから提案される案件が非常に多いのです。こうした案件は、どんなに提案内容を抽象化して上のほうに権利範囲を広げようとしても、どこかで他人がやっている技術とぶつかり、権利としては非常に弱いものになってしまいます。

今回は「ビジネスモデル特許として守られるべきものは何か?」というテーマでお話をしてきました。このテーマはビジネスモデル特許を考えるうえで非常に重要ですので、ぜひ理解してほしいと思います。あるビジネスから芽づる式に特許を広げていけるオリジナリティーあふれるアイデア、私を喜ばせてくれるこんなアイデアに出会えたときは、私も弁理士として一生懸命に明細書を書いてしまうわけです。

私が考えた「仏壇サイト」も顔負けの、ちょっとおかしな「えっ! 本当?」と思うような特許が実際にいくつかありますので、「こんな事項も特許になる」という例として紹介したいと思います。

6月号でお話したとおり、米国では101条の「発明の成立性要件」が緩和されました。その結果、ビジネスモデルが特許として認められるなら、こういう特許だって当然許されるべきだということで、「バターの打ち方」(USP 5,616,089)という特許が生まれました。

これはよく話題に上る有名な特許で「バターを打つときにどういう手の握り方をすれば、バターが確実に入るか」ということが書いてあります。これはコンピュータも何も使っていませんが、米国では実際に権利として特許が成立しています。ただ、この特許は1997年4月1日に成立していますので、エイプリルフールの「ジョーク特許」ではないかという見方もあります。

何でこんなもので特許が取れるのか、私は何人かの米国の特許弁理士に質問してみました。彼らが言うには、実際にグリーンの上で「特許権侵害だ!」と言ってストップをかけるようなことは起こらないだろう。そんなことは現実的ではない。だから、どちらかという、この打ち方を開発した人に対する名譽的な特許で、一種のジョーク的な意味合いが強いので

はないかということでした。実際にそんなに影響がないのだから特許を与えておいてもいいじゃないかというのが米国の弁理士の考え方ようです。

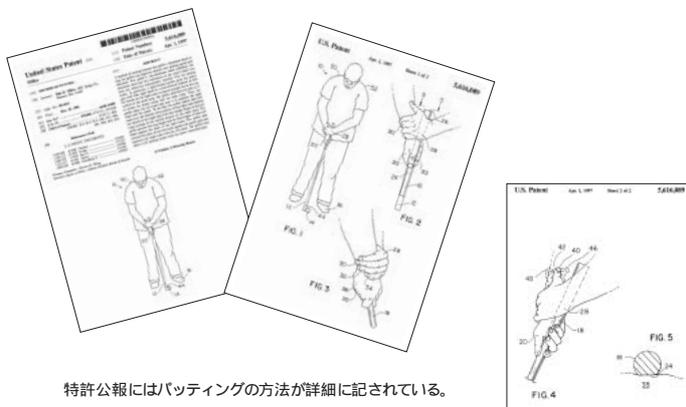
バターの打ち方が特許になるなら、それをヒントにして、いままで私が講演などで「こんな特許はだめですよ」と例に挙げていたプロレスや相撲の決め技も、米国では特許になる可能性があり、そういうものがいくつも特許として提案されても別に不思議ではない気がします。

では、日本ではどうでしょうか? これもビジネスモデル特許ではありませんが、最近私の友人が発見し、「これこそ究極の特許だ」というものに「揚げ出し卵豆腐の特許」(特公平7-63335)があります。

いままでも卵豆腐はありました。揚げ出し豆腐もありました。しかし、卵豆腐を揚げた「揚げ出し卵豆腐」はなかったということで特許になっているのです。特許権請求の範囲であるクレームも「卵豆腐を油で揚げて成る揚げ出し卵豆腐」とあるだけです。

揚げ出し卵豆腐に本当に進歩性があるのか疑わしいところではありますが、この原理からいくと、「いちご大福」も特許になったかもしれません。いずれにせよ、揚げ出し卵豆腐を売り出すと、特許権侵害になってしまうわけです。明細書も非常にシンプルに書かれていますので、皆さんもぜひ読んでみてください。

「パッティングの方法」(Method of Putting)



特許公報にはパッティングの方法が詳細に記されている。



[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の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