

ビジネスモデル関連発明の新しい視点からの権利化の可能性

三好内外国特許事務所
副会長 高橋 俊一



2000年に突然注目され、数年間ブームになったものの、その後低迷状態にあったビジネスモデル関連発明（ビジネスモデル特許と言われることが多い）の特許出願が、2012年以降増加傾向にある。サービス業を含む様々な分野でのIoT、AI、ビッグデータの活用に伴う新規の事業・ビジネスの開発によるものであると考えられている。

ビジネスモデル関連発明については、現在特許庁において、「ビジネス方法がICT（情報通信技術）を利用して実現された発明です。」と明確に定義されている。ブームであった2000年頃は、このような明確な定義は存在しなかったものの、少なくともインターネット等の情報通信技術を利用したものでなければならぬことは発明成立上必須であったが、ビジネスモデル特許という名称のせいか、ビジネス方法そのものに特許権が与えられる、といった誤解が広まっていた。このため、当時、製造業分野だけでなくサービス業分野の中小企業の経営層を中心に、新たなビジネスを考えたので相談したいと言って、情報通信技術を利用しないビジネス方法自体についての相談が多数あったことを記憶している。その後、ビジネスモデル関連発明についての誤解が解けるに伴い、急速に出願件数も減少した。当然である。情報通信技術を利用して実現するビジネスモデルとなると、製造業分野の中小企業にとっても発明することは容易ではなく、ましてや、技術に縁遠いサービス業分野の中小企業にとっては言うまでもない。

このようなビジネスモデル関連発明であるが、一昨年10月に、「ステーキの提供システム」という名称のビジネスモデル関連発明といえる発明（特許庁の上記定義からすると、ビジネスモデル関連発明には該当しないという意見もある）について、知的財産高等裁判所（知財高裁）が発明該当性を認める判決を出した。そして、この判決を受けた特許庁は、「ステーキの提供システム」の特許権を認めた。

この特許権は、有名な「いきなりステーキ」を運営する株式会社ペッパーフードサービスが特許権者で、その権利内容が「いきなりステーキ」の店舗運営方法に関するものであり、明らかにビジネスモデルに関する発明といえます。以下の特許権の内容を示す特許請求の範囲の記載をご覧いただきたい。

- A お客様を立食形式のテーブルに案内するステップと、お客様からステーキの量を伺うステップと、伺ったステーキの量を肉のブロックからカットするステップと、カットした肉を焼くステップと、焼いた肉をお客様のテーブルまで運ぶステップとを含むステーキの提供方法を実施するステーキの提供システムであって、
- B 上記お客様を案内したテーブル番号が記載された札と、
- C 上記お客様の要望に応じてカットした肉を計量する計量機と、
- D 上記お客様の要望に応じてカットした肉を他のお客様のものと区別する印しとを備え、
- E 上記計量機が計量した肉の量と上記札に記載されたテーブル番号を記載したシールを出力することと、
- F 上記印しが上記計量機が出力した肉の量とテーブル番号が記載されたシールであることを特徴とする、
- G ステーキの提供システム。

ご覧いただければおわかりのように、「札」、「計量機」及び「印し」という構成要素が存在することは明らかだが、情報とか通信といった技術に関する構成要素については、何ら存在が認められない。すなわち、この特許権は、ビジネスモデル関連発明において必須とされている情報通信技術を利用することなく実現したビジネスモデルの発明といえることができます。これにより、要は、情報通信技術を利用しないビジネスモデル関連発明の権利化の可能性が示されたことになり、製造業分野だけでなくサービス業分野の中小企業にとっても、ビジネスモデルに関連する発明の創作の機会が広がったといえるのである。

この特許権は、2014年6月4日に出願され、2018年12月14日に先の知財高裁の判決を受けた特許庁において正式に特許権の内容が確定した。その間、4年半である。特許権の内容が確定するまでそんなに長く掛かるのか、と思うかもしれないが、その間に、権利者である株式会社ペッパーフードサービスは、「いきなりステーキ」の店舗展開を進め、自ら考えた店舗運営方法によって急速な発展を遂げ、業界における圧倒的なネームバリューを得ることができ

た。その根源の一つとして、「ステーキの提供システム」という名称のビジネスモデル関連発明を特許出願したことが挙げられる。すなわち、当該ビジネスモデル関連発明の存在は、4年半の長きに渡って、競合他社に対して、「いきなりステーキ」と類似の事業への参入を牽制し、更には、同じ店舗運営方法を採用することを妨げてきたからである。

特許権というものは、一旦取得できてしまうと、その内容は基本的に変更することができない。それは別な言い方をすると、その確定した内容に引っ掛からなければ、特許侵害にならず、類似のことは実行できるということである。したがって、特許権が取得できるか否かの判断がなかなか確定しない特許出願中の発明の存在は、相手がたとえ如何に大手であろうと競合他社にとっては、権利内容が確定してしまった特許権の存在よりも厄介な場合が多々ある。株式会社ペッパーフードサービスの場合は、「ステーキの提供システム」という名称のビジネスモデル関連発明を有効に活用できた好例だといえよう。

現在、特許庁では、大手企業からの特許出願の減少、主として中小企業等の産業競争力の向上の観点から、中小企業やベンチャー企業に対して特許出願を促すような様々な対策を進めている。特に、自分たちのビジネスモデルを守る手段を持てなかったサービス業分野の企業にとっては、株式会社ペッパーフードサービスの対応がビジネスモデル関連発明を活用した事業戦略上、参考になるのではないかと思う。

なお、本稿は、経済産業新報2019年12月1日号及び15日号に掲載された拙著のコラムを引用し、加筆・修正を加えたものである。