

## 現状の特許制度ではサービスイノベーションを促進できない

文教大学大学院 情報学研究科 准教授 幡鎌 博<sup>†</sup>

Hiroshi Hatakama

### あらまし

サービスイノベーションの促進方法について問題提起するため、サービスの権利化と現状の特許制度に関する問題を考察し、どのような制度がサービスイノベーションを促進できるかについて具体的に検討する。

キーワード：知的財産制度、イノベーション政策、ビジネス方法特許、eビジネス、サービスマネジメント

### 1. はじめに

経済のサービス産業化（所有 利用、モノ消費 コト消費）が進んでいる現在、「ものづくり」だけでなく、サービス産業の活性化が、日本経済成長の上でポイントになっている。サービス産業の生産性向上や、サービスイノベーションを促進することで、付加価値付与や革新的サービスによる需要創出が可能となる。実際、そのための政策の議論が既に始まっている。

サービス業界でのイノベーションを促進するためには、イノベーションが自然と促進されるための制度を構築することが重要と思われる。坂村 [1] が、「政府は直接イノベーションを仕切るのではなく、イノベーションが盛んに生まれるような環境整備だけを行い、あとは天に任せるという姿勢が重要になる」(P.185) と述べているように、制度や法律などの整備が重要になるのである。しかし、現状の特許制度では、ビジネス方法特許や革新的なサービスの発明について、ごく一部しか権利化できないので、イノベーション促進には効果的ではない。

そこで、筆者は、サービスイノベーションを促進するための新たな知的財産権を考案し、関係する学会（日本知財学会、研究・技術計画学会）に提案を行っている。

### 2. サービスの権利化について

サービスの品質は、物品製造の品質とは違い、サービスの内容と密着している。日々サービスの品質を向上させる努力を行っている企業では、サービス内容も進化している。そのため、サービスでは一般に、ライセンスモデルよりも、全体的なノウハウを提供する事業モデル（例えば、フランチャイズ）のほうがふさわしいと言える。

サービスのイノベーションは、製造のイノベーションとは異なり、テクノロジープッシュ型は少なく、マーケット

プル型が中心である。そのため、サービス産業では、研究開発費の回収のために特許で独占したい、という要件はあまり多くない。

また、サービス（特に、ハイ・コンタクトなサービス）は、従業員の採用や教育などが必要であり、事業展開の速度に制限がある。そのため、独占させてしまうと社会的な問題が生じやすい。

そのように、特許制度によるライセンスや独占といった考え方がサービス産業では当てはまりにくいのである。

しかし、サービスイノベーションをより促進するためには、サービス業界やネットでの革新的な仕組みやビジネスモデルを何らかの権利で保護すべき、と筆者は考えている。

### 3. サービスに対する特許制度の問題点

日本でのビジネス方法特許（ビジネス関連発明）の特許査定率は、2003～2006年の間、8%前後に留まっている。また、出願傾向としては、ネットベンチャーからの出願の割合はずっと少なくなっている。例えば、2008年2月に公開されたビジネス方法特許をみると、大手製造業による出願が、全体の約6割を占めている。そのように、ビジネス方法特許は現状、サービス企業の間で競争するための制度になっていないのである。そのため、特許制度がサービス提供企業にとって足かせになりそうな状況（「特許の藪」と呼ばれる現象）の中では、ビジネス方法特許に関してプロパテント政策を取ることは問題がある。そのため、単純にプロパテント政策を取るのではなく、実際にサービスを提供している企業のみが恩恵を受けるような制度を新たに考えることが望ましい、と筆者は考えている。

広くサービスについては、特許制度はなじまないという意見が多い。例えば、医師が行う医療行為は「産業上利用することができる発明」（特許法第29条第1項柱書）でないとして、運用上は保護対象にはなっていない。

2008年7月7日受付

<sup>†</sup> 〒253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷 1100 hatakama@shonan.bunkyo.ac.jp  
Graduate School of Information and Communication, Bunkyo University

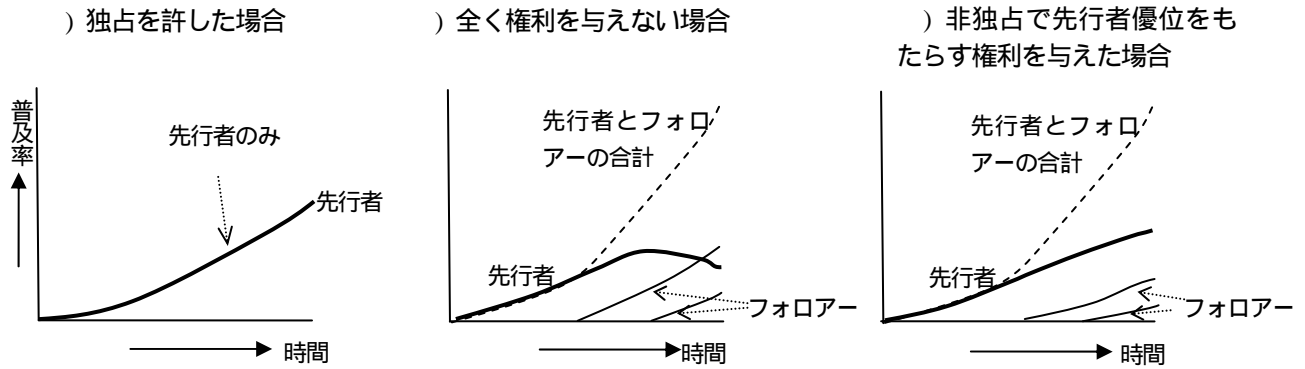


図1. 革新的なサービスの社会への普及

サービスでは、独占を許すと社会還元が遅れるため、一般には非独占が望ましいのである。独占させてしまうと、革新的なサービスの社会への普及率（浸透率）はなかなか高まらない（図1の）。しかし、何の権利も与えない場合、競争により、フォロアー（先行者の事業を模倣する企業）がそのサービスの仕組みを模倣して社会への普及率は高まるが、先行者のブランドが確立する前に、先行者がフォロアーに逆転されて事業に失敗してしまう危険性が生じる（）。もしも、非独占ではあるが先行者優位をもたらすような知的財産権（例えば、フォロアーのサービスを検討している顧客の一部を、権利を持つ企業に送客する仕組み）を与えることができれば、先行者の事業をある程度保護しながら、そのサービスの社会への普及率を高めることができる（）。つまり、革新的サービスによる社会への恩恵を最大化でき、かつ、先行者の事業の保護も可能となる。

そのため、サービスに関する新たな知的財産権として、独占するのではなく、ある条件（先行者優位をもたらす仕組み）で、他社も無償で利用できるようにするという仕組みを提案する。発明を公共財のように共有することを許すとともに、革新的サービスの開発に先行するインセンティブを与えることができる。Lessig [2] が「知的財産を保護するのは、それを作る十分なインセンティブを確保するためだけだ」(P.254) と述べているように、独占排他権のような強力な権利でなく、必要最低限の権利を考えるべきである。

そこで、サービスを対象に、権利は弱い使いやすい権利として、次のような特徴を持つ権利を提案する。

- ・非独占で先行者に何らかの営業的な優位性をもたらす。
- ・革新的なサービスを最初に始めた企業に与えられる。
- ・「自然法則の利用」という条件をある程度緩めた権利。

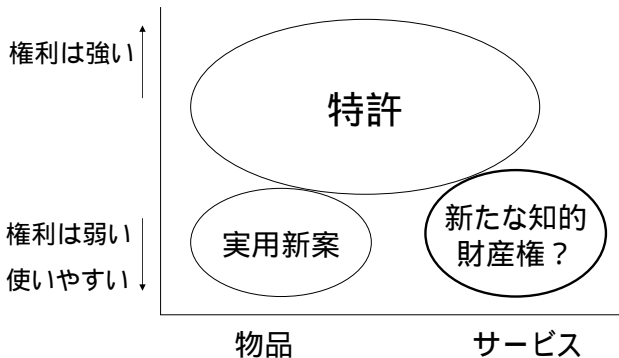


図2. 新たな知的財産権の位置付け

#### 4. 元祖権の提案

具体案として、「元祖権」という権利を提案している [3]。特許と同じように新規性やある程度の進歩性が求められるが、「自然法則を利用」という要件は緩和する。独占させずに、フォロアー企業に元祖企業へ送客する仕組みを義務付けることで、元祖企業に営業的な先行優位性を与える権利である。具体的には、元祖権を取得できた場合に、次のような表示を行うこととする。

- ・元祖企業は、「自分が元祖」と正式に主張（公式な「元祖マーク」を貼ることも）できる。
- ・他社が模倣して同じサービスを実施（侵害）した場合には、元祖権を持つ会社が「元祖」であることとその問合せ先やリンクを、模倣した会社のカタログや Web ページ上に表示することを義務付ける。Web ページのようにリンクを張れる場合には、必ずリンクを張ることを義務付ける。（結果として、一部の顧客を送客）

#### 5. おわりに

サービスイノベーションを促進するための知的財産権制度について、今後、議論が盛んになることを期待している。

#### 【文献】

- [1] 坂村 健『変わる国・日本へ イノベート・ジャパン』, アスキー, 2007.
- [2] Lessig, L., 山形浩生 訳『CODE VERSION 2.0』, 翔泳社, 2007.
- [3] 幡鎌 博「サービスイノベーション促進のための新たな知的財産権の必要性和要件」, 研究・技術計画学会 第22回 年次学術大会, 2007.

はたかま ひろし  
幡鎌 博



1959年静岡県出身。1982年京都大学理学部卒業。同年、富士通(株)入社。2000年、筑波大学大学院経営・政策科学研究科 企業科学専攻修了(システムズ・マネジメント博士)。2003年文教大学情報学部経営情報学科助教授。2007年より文教大学大学院情報学研究科准教授を兼務。研究科では情報戦略特論を担当。