出遅れる金融・流通業界

安易なネットビジネス進出は危険

住友銀行の特許が銀行業界に波紋を広げている。

「まだ、（登録後に発行される）特許公報が出ていないため、内容が分からず何とも言えない。ただ、パンフレットに特許出願中と刷り込み、他行のサービスがいかにも特許侵害の恐れあり、といった姿勢で営業していたのは問題だ」。あるライバル行幹部は不快感を隠さない。

特許の対象となったのは住銀の入金照合サービス「パーフェクト」。2月4日に特許登録された。

同サービスは、不特定多数の顧客からの振り込みがある企業の入金照会事務を簡便化する。何万人という顧客を持つ通販業者などにとって、銀行から送られてくるカタカナ表記の振り込み入金明細をもとに、誰からの入金だったかを確認するのは容易な作業ではない。同姓同名の人からの振り込み、家族名義や職場名での振り込み、ATM（現金自動預け払い機）の誤操作によるまるで間違った人名での振り込みを、自社の顧客データベースと照らし合わせて、正しい入金情報に変換していくために、何百人ものオペレーターを雇う企業は少なくない。

パーフェクトは、顧客一人ひとりに専用の振込口座を用意することで、振り込み入金明細に、振込人に対応した口座番号を書き添える仕組み（下の図参照）。いわば口座番号が振込人を識別する顧客番号代わりとなり、紛らわしいカタカナ名に煩わされることなく、照会業務を省力化できる。

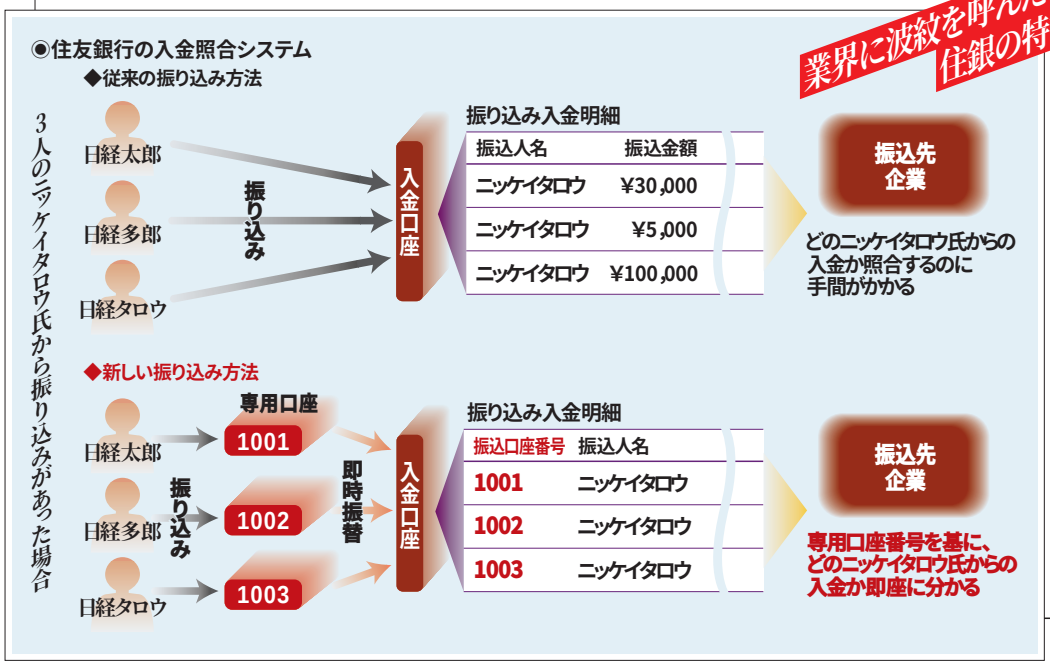
とりたてて先進的な情報システムを使うわけではなく、従来は1つだけだった振り込み用口座を分割する、という発想の転換が生んだ発明だ。それだけに、まねようとすればすぐにまねられる。このサービスを開発した板東俊良・法人EC業務部業務推進役もそれが気がかりだった。「顧客の不満を聞き、どうすれば問題が解決できるかと折々考え始めて1年後にひらめいたアイデアがこれ。試行錯誤を繰り返した者としてはやはりまねされたくない。そこで行き着いた結論が特許だった」。

至極真っ当な発想だろう。だが、斬新なビジネスの手法を守る、という他業界が必死になって取り組む当然の行為が銀行業界では奇異に映る。

米銀に比べ極端に特許数少ない都銀

都市銀行が1993年以降に出願したあらゆる特許の数は、三和銀行の46件を例外として、他の銀行は10件程度にとどまり、東京三菱銀行の4件（公開特許ベース）など1ケタ台も少なくない。その多くは、行内の情報システムに関する特許で、大手電機メーカーなどとの共同出願だ。しかも、出願だけにとどまり、特許登録にまで至った例は3～4件にすぎない。

「95年に公開されたシティバンクの電子マネー特許がきっかけとなり、自分たちのビジネスを守るためには特許が必要と認識するようになった」（入江泰至・コンプライアンス統括部）という三和は変わり種に属する。住銀の板東氏にしても「以前、電子マネーの勉強会に1年にわたり参加し、電機メーカーの人たちとつき合う中で、特許の重要性を学んだ」という



ビジネスモデル特許 Q&A

Q 新しい事業のアイデアだけでビジネスモデル特許は取得できますか。

A 特許法が保護の対象とする発明の要件「自然法則を利用」を満たさないため、頭の中だけで練り上げたアイデアでは特許になりません。同様に、「販売促進効果をもたらす顧客の店内移動パターンに合わせた商品の展示方法」といった具体的効果が期待できるものも、それがITと無縁で、店員の経験知に頼る手法なら特許の対象とはなりません。

逆に、いくらITを駆使しても、広く知れわたった商売の手法をコンピューターシステム上に移し替えただけでは、「新規性があり、進歩性を有する」（特許法第29条）という条件に合わず、やはり特許は認められません。

Q ビジネスモデル特許を出願したいのですが、社内に特許の専門家がいません。どうすればよいでしょう。

A 弁理士に相談する、というのが通常の答えでしょうが、実はビジネスモデル特許に強い弁理士は極端に不足しています。特に地方の場合、県に1～2人の弁理士しかいない、というケースが珍しくなく、地方の中小企業がビジネスモデル特許を出願する際の大きなネックになっています。「何でも特許になりますよ、と安易に特許取得を勧める弁理士が増えている」（ビジネスモデル特許に詳しいある弁理士）との指摘もあり、注意が必要です。個々の弁理士の得意分野をしっかり把握した上での適切な人選と、早めの依頼を心がけてください。

Q 独自の工夫をした電子商取引サイトを運営していますが、ビジネスモデル特許は出願していません。権利侵害で訴えられたらと心配です。

A あなたの運営するサイトのビジネス手法と同様の手法を開発した別の企業が特許を取得し、権利侵害を訴えてきた場合、選択できる方法は2つあります。1つは無効審判請求を起こし、その特許を無効にすること。そのためには、特許の新規性・進歩性の欠如を証明する公報や文献などの資料を用意する必要があります。

また、相手の出願前から、その手法を使っているなら「先使用権」を主張し、事業を継続することが可能です。その場合には、相手より先に事業をスタートさせるか準備を進めていたことを証明しなければなりません。

Q ネット事業は海外企業から権利侵害を訴えられる可能性があると聞きます。本当ですか。

A 国境を越えて情報をやり取りするインターネットの属性から、特許の域外適用の可能性があり得る、と指摘する専門家は大勢います。ウェブサーバーが日本国内にあったとしても、米国の消費者が利用できる以上、米国の特許の効力が及ぶ可能性を念頭に置いた方がよいでしょう。

トラブルを回避するために、ウェブページを日本語表記だけにする、国内専用といった但し書きを入れる、という方法が考えられますが、これで必ず問題が生じないかは疑問です。先行する米国の物まねビジネスだけは避けましょう。

背景があったからこそ、金融サービスの特許化に思いが至ったとも言える。

護送船団方式の金融行政にあって、これまで銀行にとって新しい商品やサービスは、大蔵省から認可されるものであり、各行足並みを揃えてヨーイドンで開始するものでしかなかった。そうした土壌に知的財産権や特許に対する意識が育とうはずはない。

前章で、ビジネスモデル特許に対する日本企業の素早い対応を伝えた。だが、こうした取り組みは、産業界全体を見回すと極端な濃淡がある。これまで特許とは全く無縁だった金融や、流通・サービスの一部業態では日本を代表する大企業が米国企業に明らかに出遅れている。

邦銀各行の特許出願数が極めて少なく、登録数に至ってはほとんどないに等しいことは前述した。一方、米シティバンクは同期間内に53件の特許を取得している。53は出願数ではなく登録数である。こうした日米格差は、大手スーパーなどでも変わらない。そう考えると、日本の金融機関や流通各社がこぞってネットビジネスに進出し始めている現状は、ジャングルの中に丸腰で乗り出すような危うさが漂う。

「行内でもビジネスモデル特許への関心は高まっている。知的財産を守る専門部署を作る議論も出ている」とある邦銀幹部は言うが、遅すぎはしないか。精密機械メーカーの知財担当者はこう言う。「日本メーカーの多くは米企業にこっぴどくやられて特許戦略を本格化させた。こればかりは一度痛い目に遭わないと怖さが分からない」。

ビジネスモデル特許の登場によって、特許と無縁といえる業種はほとんどなくなった。これまで特許取得の必要がなかった企業であろうが、少なくともインターネットビジネスに手を染める以上は、意識改革を急ぎ、有効な手だてを講じなければ「痛い目」をまぬがれない。

（写真：ボンカラー、CG構成：但野 理香）