

ICTとともに進化するビジネスモデル特許 ービジネス保護の実効ともたらす効果ー

2020/3

三井物産戦略研究所
技術・イノベーション情報部 知的財産室
松浦由依

Summary

- さまざまな業種におけるビジネス上の課題をICTによって解決する「ビジネスモデル特許」にブームが到来している。今回のブームには、ICTの発展・普及がもたらした「デジタル経済」の進化が大きく関係していると考えられる。
- ビジネスモデル特許は、権利行使しにくいと認識されてきたが、特許権侵害を認めビジネスが保護される事例もでてきた。ビジネスモデル特許に係る知財保護は今後強化されていくと予想される。
- 「モノ」づくりの時代には特許戦略から疎遠であった企業も、「コト」づくりの時代にはビジネスモデル特許がもたらす効果を考慮し、活用する価値は高い。

いきなり！ステーキで250gのステーキを食べた後、ローソンに寄ってメルカリの出品商品をスマリから発送。ついでに、メルカリの売上金を使ってメルペイでアイスを買って帰ろう。帰宅すると、メチャカリで借りた洋服が届いていた！ 早速、明日にでも会社に着ていこう。

これはミレニアル世代（1980－2000年ごろ生まれ）の日常を描いたシナリオであるが、ここに登場したサービスには共通点がある。共通点は、「ビジネスモデル特許」だ（図表1）。

図表1 各サービスとビジネスモデル特許との対応

サービス	企業名	対応ビジネスモデル特許
いきなり！ステーキ 計り売りスタイルのステーキ店	株式会社ペッパーフードサービス	特許5946491号（2014.06.04出願、 2016.06.10登録） ステーキの提供システム
スマリ SMARI コンビニの既存物流網を活用したレンタル商品・EC商品の返却・返品サービス	三菱商事株式会社 株式会社ローソン	特開2019-197287（2018.05.07出願） 返品・返却システム、返品・返却サーバ及び返品・返却装置
メルペイ スマートフォン決済サービス	株式会社メルカリ	特許6542455号（2018.10.11出願、 2019.06.21登録）他 情報処理方法、情報処理装置、及びプログラム
メチャカリ ファッションサブスクリプション（定額制）サービス	株式会社ストライプインターナショナル	特許6633508号（2016.12.28出願、 2019.12.20登録） アイテム提供装置、提供方法及び処理プログラ

出所：三井物産戦略研究所作成

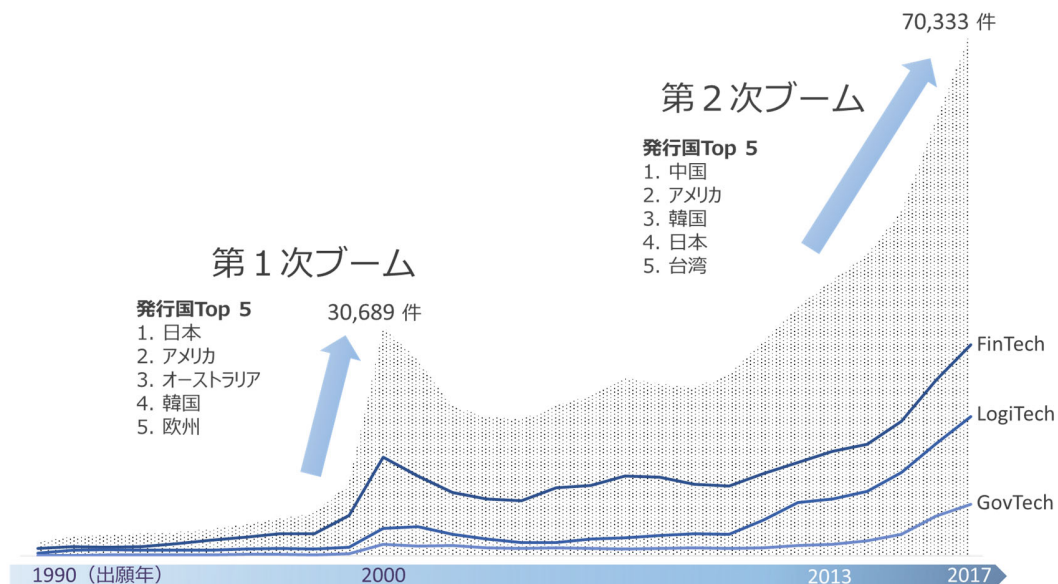
ブームのさなかにあるビジネスモデル特許

ビジネスモデル特許¹（英:Business Method Patent）とは、さまざまな業種におけるビジネス上の課題をICT（情報通信技術、Information and Communication Technology）によって解決する発明を指す。人為的な取り決めにすぎないビジネスのアイデア・方法だけでは特許にはならず、ICTを利用した技術的な工夫が具体的に盛り込まれていることが必須となる²。

ビジネスモデル特許の有名な一例が、1997年に出願されたアマゾンの1-Click特許だ。この特許により、ワンクリック注文という競合にないサービスを提供できたことが、アマゾンの大きなアドバンテージとなった。

ビジネスモデル特許の出願件数推移によれば（図表2）、2000年ごろの第1次ブームと、2013年ごろから続く、現在進行中の第2次ブームが確認される。

図表2 ビジネスモデル特許の出願件数推移（世界）



出所：Questel社のグローバル特許検索データベースOrbit Intelligenceのデータを基に三井物産戦略研究所作成

第1次ブームは、1998年、米国でのビジネスモデル特許をめぐる判決³で、ビジネスモデル特許の有効性が認められたことを契機とする。第2次ブームは、ICTの発展・普及がもたらした「デジタル経済⁴」の進化が大きく関係していると考えられる。

「あらゆる産業にICTが一体化していく」というデジタル経済の特質は、さまざまな産業にテクノロジー

¹ 特許庁は、「ビジネス関連発明」という用語を用いている。

² たとえば、寿司の宅配方法として、「30分以内に宅配できなければ割引するサービス」というアイデアだけでは単なる人為的な取り決めにすぎないとして発明とは認められないが、アイデアを実現するためにICTを利用した技術的な工夫があれば特許になり得る。

³ ステート・ストリート・バンク事件（State Street Bank & Trust Co. v. Signature Financial Group Inc., 149 F.3d 1368）：「ハブ・アンド・スポーク」と呼ばれる資産管理システムの特許の有効性が争われた。この判決まで、ビジネス方法についてのアイデアは特許の対象ではないという見解が常識とされていた。

⁴ ICTの発展・普及がもたらした新しい経済そして社会の姿が「デジタル経済」と呼ばれる（令和元年度版 情報通信白書（総務省））。

を掛け合わせるという意味の「X-Tech（クロステック）」がよく表している。ビジネスモデル特許とX-Techは ×ICTという共通点を有しており（図表3）、X-Techにより生み出されたソリューションはビジネスモデル特許との関係性が強い。

図表3 X-Techとビジネスモデル特許



出所：三井物産戦略研究所作成

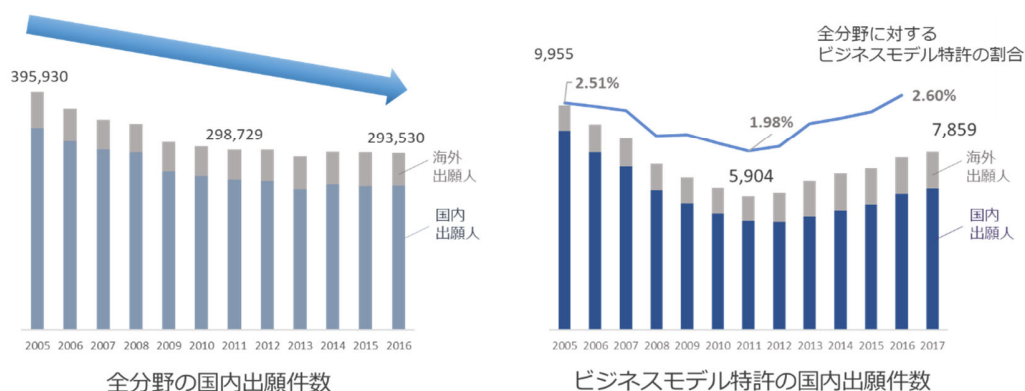
ビジネスモデル特許には、国際的な特許分類であるIPC（International Patent Classification）のサブクラス：G06Qが付与される。IPCは階層構造を有しており、ビジネスモデルを細分化した下位グループには、FinTech（G06Q/40）、LogiTech（G06Q50/28）、GovTech（G06Q50/26）などに該当する分類が含まれる。

日本におけるビジネスモデル特許

世界的な第2次ブームが続くビジネスモデル特許であるが、特に日本については興味深い傾向が認められる。全分野の国内特許出願件数は、国内市場縮小に連動するように年々減少傾向にあるにもかかわらず、ビジネスモデル特許に限っていえば、2011年に底打ちして以降、増加傾向にある（図表4）。

図表4 ビジネスモデル特許の出願件数推移と全分野の特許出願件数推移（国内）

特許出願件数が減少傾向にあるなか、
ビジネスモデル特許の出願件数は増加傾向にある（国内）



出所：Orbit Intelligenceのデータを基に三井物産戦略研究所作成

日本の特許出願全体では総合電機メーカー、自動車メーカー（三菱電機、トヨタ自動車など）が上位出願人を独占するのに対し、ビジネスモデル特許単体ではデジタル・プラットフォーマー⁵（ヤフー、楽天など）が上位出願人に食い込む。近年のビジネスモデル特許出願のうち、約8割は国内出願人、約2割は海外出願人である。海外出願人では、アリババ（中国）、サムスン（韓国）など中韓勢の存在感が強い。デジタル経済をけん引するデジタル・プラットフォーマー／IT企業が、ビジネスチャンスを求めて特許出願していることがわかる。

なお、GAFAに代表される米国デジタル・プラットフォーマーの名前が出てこないのは、2014年の米国でのビジネスモデル特許をめぐる判決⁶の影響による。

ビジネスモデル特許取得によりビジネスは保護できるのか

ビジネスモデル特許は、権利行使しにくいと評価されてきた。ビジネスモデル特許によって認められる権利範囲が狭く、第三者視点ではわずかな違いがあれば特許権侵害を回避できることや、権利者視点では侵害立証が難しいことなどが理由だ。

2019年10月、マネースクエアHDは、外為オンラインが提供する「iサイクル注文」がマネースクエアHDの保有するFinTech分野のビジネスモデル特許（特許6154978号）を侵害すると認められた旨をプレスリリースした⁷。

ビジネスモデル特許に係る特許権侵害訴訟では原告敗訴が続いていたが、この判決により、一転、原告勝訴に風向きが変わる可能性がある。特許庁も、AI・IoT技術の時代における権利の実効的な保護を図る観点で検証を始めており⁸、ビジネスモデル特許に係る知財保護は今後強化されていくと予想される。このような流れによりビジネスモデル特許の実効が上がり、特許権侵害に対する抑止力も高まるだろう。

マネースクエアHDには、権利行使を見据えたビジネスモデル特許戦略があったのだろうか。マネースクエアHDと外為オンラインの特許出願状況を比較して（図表5）、確認してみたい。

マネースクエアHDの1点目の戦略は、**出願係属状態の維持**だ。マネースクエアHDは、分割出願制度⁹を積極的に利用して、出願を特許庁に係属（Pending）させ続け、権利範囲（特許権の効力が及ぶ範囲）の最終確定を先延ばししている。出願係属状態を維持する最大のメリットは、柔軟に権利範囲を修正（補正）でき¹⁰、さらに出願日が遡及する効果¹¹を得られることだ。すなわち、早い段階で出願をしておき、最終的な権利範

⁵ 広告・検索、電子商取引、SNS・アプリ、端末・ソフトウェア小売などの分野で第三者に場を提供するICT企業。

⁶ アリス判決（Alice Corp. v. CLS Bank International）：金融取引に関するプログラムが「抽象的概念」にすぎず、特許として保護されないと判断された。この判決後、米国でのビジネスモデル特許の審査が厳しくなった。

⁷ 株式会社マネースクエアHD プレスリリース（2019）「株式会社外為オンラインに対する勝訴判決のお知らせ」

https://www.m2j.co.jp/sc/web/open_info/20191008_07_Gai0_m2hd.pdf

⁸ 特許庁（2019）「AI・IoT技術の時代にふさわしい特許制度の検討に向けて」

https://www.jpo.go.jp/news/public/iken/document/191115_tokkyo-kadai/35-shiryou-05.pdf

⁹ 分割出願とは、2以上の発明を含む特許出願の一部を取り出して新たな出願とすることをいう。

¹⁰ 時期的要件も含め、一定の要件を満たす必要はある。

¹¹ 分割出願が、元の出願の出願日に出願したものみなされる効果。

	株式会社マネースクエアHD	株式会社外為オンライン
特許ファミリー注件数 (うち「分割有」)	20 (9)	14 (0)
出願国	日本、米国、オーストラリア、欧州、香港、インド、韓国、ロシア、シンガポール	日本のみ

出所：三井物産戰略研究所作成

マネースクエアHDは、「iサイクル注文」の登場後に、分割出願を利用して「iサイクル注文」に「勝てる」権利を取得した（図表6）。この権利は、出願日が遡及する効果によって「iサイクル注文」登場前に出願したものとみなされるため、外為オンラインによる「iサイクル注文」の提供は侵害行為となる。競合のサービスが登場してからそれに合わせて権利を取得するのは後出しじゃんけんのように見えるが、分割出願により取得できる権利はすべて元の出願に含まれているため問題ない。

元の出願 (2014年5月)

出願係属中

「i サイクル注文」登場 (2014年10月)

分割出願 (2017年4月)

出願係属中

特許査定

権利化 (2017年6月)

出願日が遡及する

この時点でパーを出していたことになる

マネースクエアHDの2点目の戦略は、**外国出願の活用**だ。日本で取得した特許権は、日本の領域内においてのみ効力が認められる。これを「属地主義」という。日本で取得した特許権は、日本国内での侵害行為を差し止め等することはできるが、外国での侵害行為を差し止め等することはできない。外国での侵害に対抗するには、その国へ特許出願し、権利を取得する必要がある。マネースクエアHDは、ビジネスモデル特許の内容に応じて出願国を決定しており（図表5）、海外での侵害行為にも備えた戦略をとっていることがわかる。

マネースクエアHDの例のように、あらかじめ権利行使を見据えた戦略をとることで、ビジネスモデル特許によりビジネスを保護することは十分可能となる。

ビジネスモデル特許がもたらす効果

「デジタル経済」によりビジネスイノベーションが加速するなかで、ビジネスモデル特許はどのような効果をもたらすのだろうか。1点目は、**参入障壁効果**だ。1-Click特許を例にすれば、特許が競合他社の参入障壁としてはたらく、EC初期に競合にないサービスを提供できたことがアマゾンの大きなアドバンテージとなった。

ビジネスモデル特許は、「特許出願中」というステータスであっても競合他社の参入障壁となり得る。マネースクエアHDの戦略にあったように、特許出願が特許庁に係属している間は、最終的な権利範囲が変更される余地がある。特許権侵害を回避したい他社が、権利確定を待つ類似サービスの提供をためらっている間に、シェアを拡大する時間を稼ぐことができる。

2点目は、**広告・宣伝効果**だ。ビジネスモデル特許出願を公表することにより、自社技術力のアピールはもちろん、次の2つの姿勢をアピールする効果が生じる。

新しいビジネス・サービスの先駆者としての姿勢

0→1で事業を立ち上げていくときに発明行為は生まれる。ビジネスモデル特許の出願をするということは、新しいビジネス・サービスを創造・推進しているという姿勢をアピールする材料となる。

知的財産に対する積極的な姿勢

ビジネスモデル特許を出願することで、自社の知的財産を保護するとともに、第三者の知的財産を尊重する姿勢を示し、健全性をアピールすることは、投資家のみならず一般消費者からの信用を獲得する上でも重要となる。

「モノ」づくりの時代には特許戦略から疎遠であった企業も、「コト」づくりの時代にはビジネスモデル特許がもたらす効果を考慮し、活用する価値は高い。ビジネスモデル特許の出願人は、デジタル・プラットフォーム／IT企業に限らず、さまざまな業種に広がりつつある。したがって、他社の状況を把握した上でビジネスに取り組むことがますます重要となり、マーケティングや新規事業企画の場面でビジネスモデル特許を調査することは当たり前になるだろう。

当レポートに掲載されているあらゆる内容は無断転載・複製を禁じます。当レポートは信頼できると思われる情報ソースから入手した情報・データに基づき作成していますが、当社はその正確性、完全性、信頼性等を保証するものではありません。当レポートは執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社及び三井物産グループの統一した見解を示すものではありません。また、当レポートのご利用により、直接的あるいは間接的な不利益・損害が発生したとしても、当社及び三井物産グループは一切責任を負いません。レポートに掲載された内容は予告なしに変更することがあります。