

## 064 試作品なしで特許は取れますか？

試作品がなくても、アイデアを「願書」「明細書」「特許請求の範囲」「要約書」「図面」の5つ書類にまとめることができ、その内容が特許と認められるための条件を満たしていれば、特許権を取ることは可能です。特許権を得るためには、出願が必要となります。このとき、出願書類は必要ですが、試作品の提出は求められていません。唯一、現物が必要になるケースがあるとすれば、ひな形や見本、写真による意匠登録出願を行う場合ぐらいでしょう。

だから、試作品がなくても、出願書類に書かれた内容が、特許となるかどうかを判断する基準となる登録要件を満たしていれば、審査官はOKを出してくれるのです。試作品や現物がなくても権利化できるのは、実用新案や意匠、商標の場合も同様です。

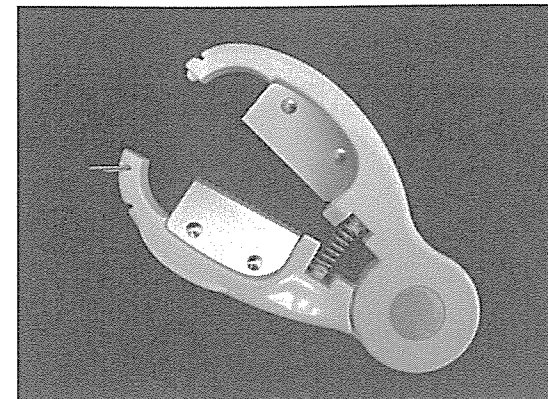
さて、筆者はこれまで、大衆発明家を支援する仕事を通じて、さまざまな成功例を見てきました。たしかに「権利化の上では試作品は不要」かもしれませんが、「アイデアを事業化する上では、やはり試作品を作ることが必要である」ということを感じました。

それでは、試作品を作ることで、どのようなメリットが生まれるのかを見ていきましょう。

### 試作品を作る意味

試作品がなくても、理論上では確かに特許は取れます。しかし、試作品は、頭の中の「想像」と、実際に使ってみて初めてわかる「現実」の間に生まれる問題を埋める実験には必ず必要で、よいアイデア作りには欠かせないものです。試作品がなければ、その効果は机上論でしかありません。実際に使ってみたからこそわかる改良点は、試作品で実験をすれば次々と生まれます。そのため、もし試作品を作らないとなると、これらの欠点は解決できていない、まだまだ改良の余地があり、不完全なアイデアである可能性もあります。

それでは、試作品がもたらすメリットを、栗の皮むき器のアイデアが採用された大衆発明家、高橋宏三さんの例で見てみましょう。



### ◆ メリット①～使い勝手を確認できる

高橋さんがこの栗の皮むき器の発明に取り掛かってから、台所用品メーカーに採用されるまでに作った試作品の数は、なんと17点に上ります。

ナイフのように皮をむく方法から、ハサミのように皮を切り取っていく方式に変えるなどの試行錯誤を繰り返した結果、試作品はこれだけの数になりました。写真は、硬い栗の皮をむく器具を発明する過程で作った試作品たちです。



1段目の左から右、2段目の左から右の順番へ試作品を作りました。もちろんすべて手作りです。ナイフのような使い方だった1作目から、ハサミのような支点を持つ構造へ改良されていく、発明の変遷がよくわかります。結局、納得できる効果が出せるまで、17個もの試作品を作りました。

試作品を実際に使用してみれば、どこかに欠点があるものです。自分が、この商品を買うお客様の立場に立って使ってみれば、「使いにくい」「角度が悪い」「握りにくい」「1つで何役にもなる機能が欲しい」などと、いろいろな改善点が見えてきます。それを解決したからこそ、大ヒット商品になるわけで、買ってはみたものの使いにくい商品では、お金を出して買ってくれたお客様にも、採用してくれる企業にも申し訳ないこととなります。

そもそも、使い勝手が悪い初期のアイデアで権利化できたとしても、果たしてその権利に価値があるのか、という点で不安が残ります。

#### ◆ メリット②～市場調査ができる

試作品があれば、信頼できる家族や知人に、実際に使ってもらうことができます。台所用品を買うのは主婦です。高橋さんは男性ですが、男性目線ばかり考えていると、やはり不完全な発明になってしまいます。主婦をターゲットにした発明品であれば、実際に主婦に使ってもらい、もっとこうしろ、ああしろという意見を取り入れるからこそ、より多くの人に喜んでもらえる商品にすることができます。

発明家に特に多いのは、技術的なことばかりに目がいってしまうことです。切れ味や持ちやすさにこだわりを持つのはよいことですが、それを買う主婦にしてみれば、そんなことは当たり前のことなのです。主婦が台所用品に求めているのは、効果に加え、台所に華を添え、嫌な家事がもっと楽しくなるようなかわいらしいデザインや、色使い、収納のしやすさ、機能の多さなどのドキドキ、ワクワクするような要素も重要なのです。

このような視点は、男性発明家には皆無といってよいほどないものなので、やはりよい発明品に育てるには、実際に購買ターゲットとなる人に使ってもらい意見を聞くのが一番です。しかし、試作品がなくては、使ってもらうことが、そもそも不可能となります。

#### ◆ メリット③～企業が対等に接してくれる

企業内で新商品開発をする場合は、何度も検討し、そして何度も試作品を作り直し、ようやく商品化されます。発明家は、いってみれば売り込みをしようとする企業の「社外企画開発部員のようなもの」と考えれば、試作品を作って実験をしなければならない理由がよくわかるはずですが。

手間と時間を掛け、試作品を使った実験を繰り返して、最良の形状を見つけてくれたからこそ、企業はその対価としてお金を払おうという気持ちになります。

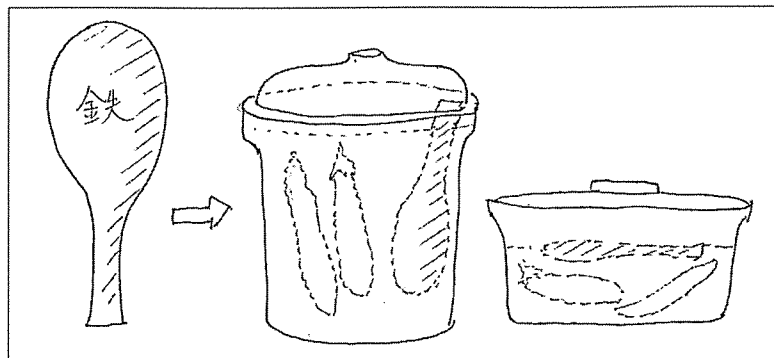
たくさんの試作品を作って実験をしたことは、企画提案書などにも活かすことができます。「これだけの試作品を作り、欠点を解決しました。また、実際に主婦に使ってもらい、かわいらしさや収納などの要望もできるだけ取り入れています。」というように売り込みができれば、「なぜその商品が必要なのか」という必要性の説明に、説得力が出ます。そして、それだけの結果を出せる人は、新商品開発の貴重なプレーンとなるため、企業は対等に接してくれます。これは、単なる思い付きを言うだけの人よりも、実際に手足を動かす実行力があり、問題点を限りなく解決した結果を提案できる人の方が評価されやすいことと同じです。

このように、試作品を作ることには大きな意味とメリットがあります。主婦の発明家が、あれだけ発明で成功しているのは、自分たちが実体験から欲しいと思っているものを、実際に手作りで試作品を作って試せる、比較的簡単な家庭用品の分野において、発明をしているからです。

もし、この質問主が発明家であり、かつ、自分のアイデアが企業に採用されて、ロイヤリティ契約をすることを目標としているならば、特許権が取れるかどうかを心配することも大切ですが、アイデアとしてよいものに仕上がっているかどうかを、何より心配すべきでしょう。

#### ☒ 試作品がなくても、企業に採用される場合もある

「ぬかみそ用の鉄しゃもじ」は、漬物を色よく漬けるための既存の商品「鉄タマゴ」や「鉄なすび」の形を、しゃもじ型に変えたことで商品化された例として、ご紹介しました。この鉄しゃもじの売り込みにおいては、試作品はなく、商品や使い方を説明したイメージイラストと説明文だけで採用が決まりました。



しゃもじで混ぜれば、ぬかみそに触れなくても混ぜられることは誰でもわかります。また、鉄タマゴや鉄なすびなど、鉄イオンをぬかみそに補給することを目的にした既存の商品もありました。

つまり、試作品がないにもかかわらず採用に至ったのは、すでに効果や理論が実証されていたからです。この2つの要素を組み合わせた商品であることが明白であるため、企業側も商品の価値を想像できたことが、試作品がなくても採用された理由だといえるでしょう。

中には、このような例外もありますが、やはり、試作品はできるだけ作ること。また、自力で試作品が作れるぐらいのアイデアを選ぶことが、特許出願をする上でも、発明が事業化されるためにも、重要となります。