11/19

【第三種郵便物認可】

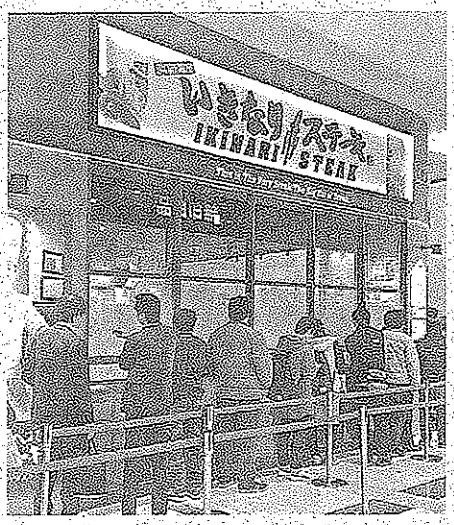
二転三転 認定まで4年

「いきなり！ステーキ」ビジネス特許

客の目の前で食べたい分量の肉をカットし、立食スタイルでサッと食べてもらう――。こんな気軽さが受けて急成長したステーキチェーン店「いきなり！ステーキ」のサービス内容がビジネスモデル特許として認められたことが分かった。チェーン店側の主張を認める知的財産高裁判決が確定した。4年に及んだ経緯をたどると、ビジネスモデル特許として認められる「境界」が垣間見える。

知財高裁は10月、ステーキ店を展開する東証1部のペッパーフードサービスの特許を有効とする判決を下した。特許庁がいったん認めた特許の取り消しを決めており、ペッパーがその取り消しを求めていた。特許庁は上告を断念し、判決は11月1日に確定した。

特許は、客の好みの量のステーキを安価に提供することを目的（課題）として、客を立食テーブルに案内し、量を聞いて肉をカットして焼き、テーブルに運ぶステップを含む「ステーキの提供システム」だ。ペッパーの創業者で社長の一瀬邦夫氏が発明者だ。



「いきなり！ステーキ」のビジネスモデル特許を巡る判断は揺れた

この特許は有効性を巡り当局の判断が二転三転し、ビジネスモデル特許の基準を示すものとして産業界で注目されてきた。まず2014年6月の出願時には「発明に該当しない」と特許庁に通知されている。

なぜか。特許法は発明を「自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度なもの」と定義する。例えばどんなにヒットしても「毎月5のつく日は半額にする」などの販促方法は「人間による取り決めにあたるもので発明に該当しない」（栗原潔弁理士）。特許庁はペッパーの出願を「人為的取り決めにすぎない」と判断したのだ。

そこでペッパーはテーブル番号を記した札、肉の計量器、カット肉を他の顧客のものと混同しないためのシールを使う点などを出願内容に追加。札や計量器などの「技術的思想」を入れることで特許審査をクリアする戦略で、いったんは特許登録は認められた。

ところが16年11月、第三者が特許庁に異議を申し立てた。登録特許を公開する特許公報の発行後、半年間はだれでも異議を申し立てることができる。特許庁は審査部門とは別の審判部で有効性を審理。特許を取り消すか決定を下した。

明細書で「技術性」強調

特許庁は「計量器などの機能の一つの利用形態が示されているだけで、本来の道具としての役割を果たしているにすぎない」と判断した。ペッパーは、特許庁の決定の取り消しを求めて17年12月に知財高裁に訴訟を提起。その判決が今回確定した内容だ。

ペッパー側の代理人の小林幸夫弁護士は「店に食べに行って特許内容を確認し、訴訟では道具と特許審査をクリアする戦略で、いったんは特許登録は認められた。

ところが16年11月、第三者が特許庁に異議を申し立てた。登録特許を公開する特許公報の発行に言及し、「ほかの客との混同を防止する技術的意義が認められる」などと認定した。

今回確定した特許には多くの要素が含まれ、ステーキの量り売りがすべて抵触するわけではない。それでもペッパー社は独自サービスとしてPRしやすくなる。

城山康文弁護士はペッパー側の勝因を「技術で課題を解決している点を特許明細書で明示していたこと」と分析する。山口和弘弁理士は「今後企業はいかに『技術的』であるかを見せるよう明細書の書き方を工夫する必要がある」と指摘する。

ビジネスモデル特許をうまく活用できれば商機も増す。「いきなり！ステーキ」の特許訴訟からは、有効性をアピールする技術の大切さが読み取れる。

（編集委員　瀬川奈都子）