

特許の中の「美」 – 「美」はどこに潜んでいるのか –

– VALUENEX 技術トレンドレポート –

1. はじめに

新型コロナウイルスが世界で猛威をふるっている。つい当たり前に思っしまい、有難さを忘れがちな「健康」が脅かされている。日々、感染者数の増加が報道される中で、「健康」への不安、そして、「健康」の有難さを感じている読者もいるのではないだろうか。このような状況の中、最近、「健康」と「美」をテーマにした店舗/売場のオープンの発表が相次いでいる[1][2][3]。これらの発表は、「健康」を再認識する機に、「健康」の先を示す明るい話題を提供しているだけでなく、興味深い観点も提供していると考えている。それは、いずれの発表も、身体の見目の美しさを表す“美容”ではなく、「美」と表現していることである。主な狙いは、やはり美容なのかもしれないが、確かに、“美しい”所作を育むためのダンスレッスン、“美味しい”を届けるレストラン、など、美容に囚われず、様々な「美」を提供している。これは、「美」には様々な種類があること、そして、「美」の種類を捉えることは、ビジネスを生むチャンスであることを示唆しているのではないだろうか。

そこで本レポートでは、様々な領域をカバーする情報媒体の1つである特許を用いて、どのような領域に、どのような「美」が潜んでいるのかを明らかにすることを試みる。なお、本レポートでは、そもそも「美」とは何か、については言及せず、後述のとおり、「美」という文字を含むもの、という扱いをする。

2. 分析対象の母集団

分析対象の特許は、2010年1月1日から2019年12月31日に公開された日本公開特許公報のうち、タイトル・要約・請求項に「?美?」を含むもので、全部で8,476件である。なお、左記「美」の前後の“?”は、審美、美観、美しい、美、など、美を含む様々な表現をカバーするための検索式上の記号である。特許を検索するデータベースは、パナソニックソリューションテクノロジー社のPatentSQUAREを利用した。図1に件数推移を示す。2015年までは減少傾向であったが、当該年を境に、僅かながら増加傾向を呈している。

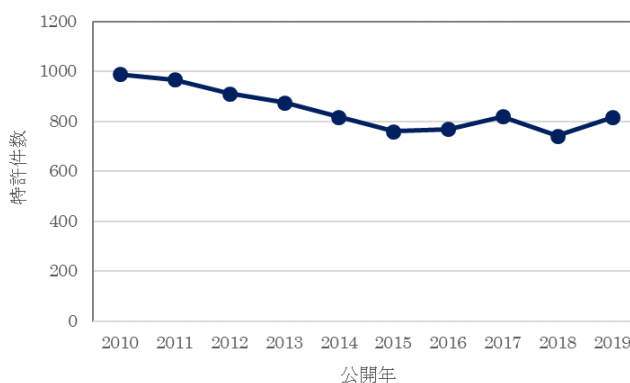


図1: 「美」を含む特許の件数推移

3. 全体俯瞰から見える「美」が潜む領域

分析対象の特許の全体を俯瞰し、「美」が潜む領域を明らかにするために、VALUENEX 株式会社が提供する

TechRadar Vision を用いて、クラスタ解析を行った。結果を図2に示す。分析対象の全特許について、内容の類似性を評価し、内容の類似性の高い特許は近くに、類似性が低い特許は遠くに配置されている。図中の色は、特許の集積度の大小を表すものであり、大きい順に、赤、橙、黄、緑、青、黒（特許ゼロ）となっている。図2より、「美」が様々な領域に潜んでいることが分かる。大きくは5つに分類でき、① 人に「美」を纏わせるための製品（化粧品、美容器具、装飾品、衣類）、② 人に「美」を使用の中で感じてもらうための製品/付帯製品（屋根、扉など建築用構造物、ディスプレイ、容器）、③ 人に「美」を提供するための素材/技術（樹脂、鋼板、塗装、照明、画像処理、細胞増殖、毒素。これらの用途は、コンシューマーエレクトロニクス、自動車、建築用資材、化粧品、など）、④ 理美容師用設備、⑤ その他（調理器具、食品/飲料）となる。

次に、これらの領域において、具体的に、誰によって、どのような「美」が語られているかを整理するために、各領域で語られている「美」を表すキーワード、および、当該領域で出願件数が多いプレイヤーとその特許例(タイトル)を調べ、表1にまとめる。表1より、様々な表現で「美」が語られていることが分かる。辞書の意味により、大きくは、4つに分類でき、① 見た目の美しさ（美容、美観、美麗、美肌、美装、美しい）、② 美を感じようとする姿勢/感覚（審美、美感、美的）、③ 用語（美白、美爪）、④ 味（美味しい）となる。

以上の分析・整理より、発明者（商品/サービスの提供者）側が想定している「美」に対する市場ニーズが透けて見えるのではないかと考えている。詳細な分析は、別の機会に譲るが、例えば、衣類の「美」のキーワードに、“動作を美しく見せる”とあるが、衣類という実現方法は別にして、市場において、“動作を美しく見せる”というニーズがあり、それを発明者は何かしらの手段で入手した、と考えられる。また、実際に、発明者がどこまで考慮して表現を選定しているかは不明ではあるが、時計やジルコニア（装飾品や歯に利用）に、単なる見た目の美しさを表す言葉ではない、審美という表現が使われているということは、前述と同様に、市場では、「美」に関して、“単なる見た目の美しさ以上の何かを求めている”というニーズがあり、それを発明者は何かしらの手段で入手した、と考えられる。

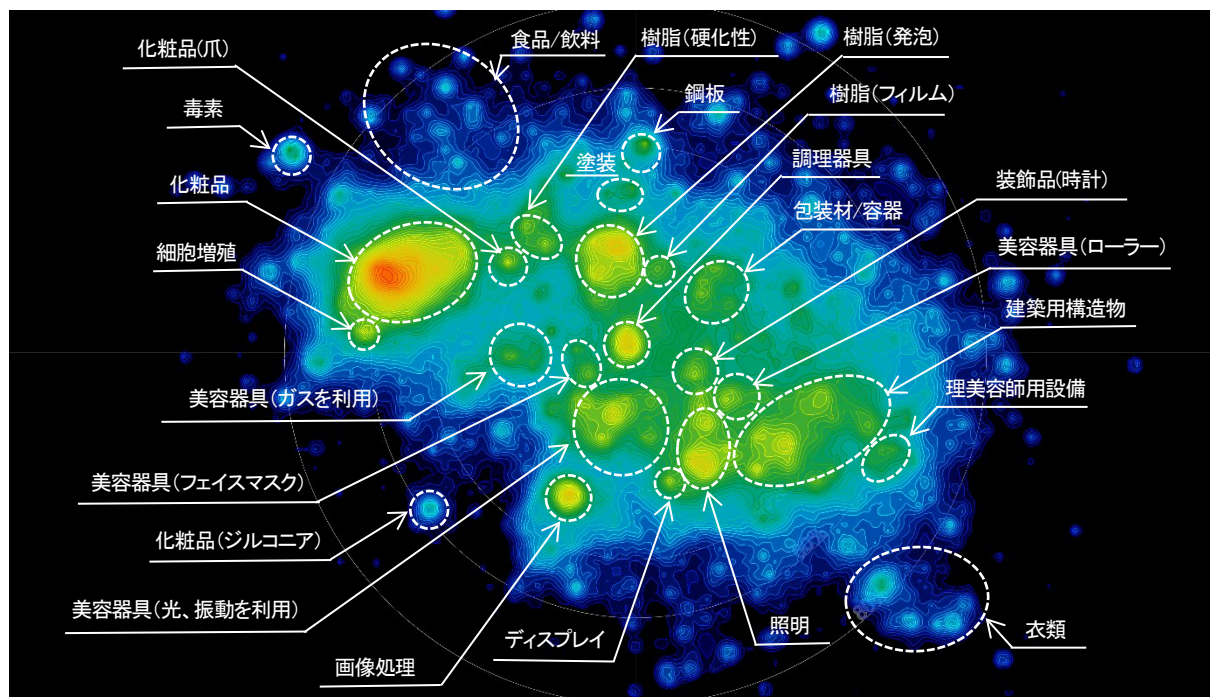


図2：「美」に関する全体俯瞰

表1：各領域の「美」に関するキーワード、および、主要プレイヤーとその特許例

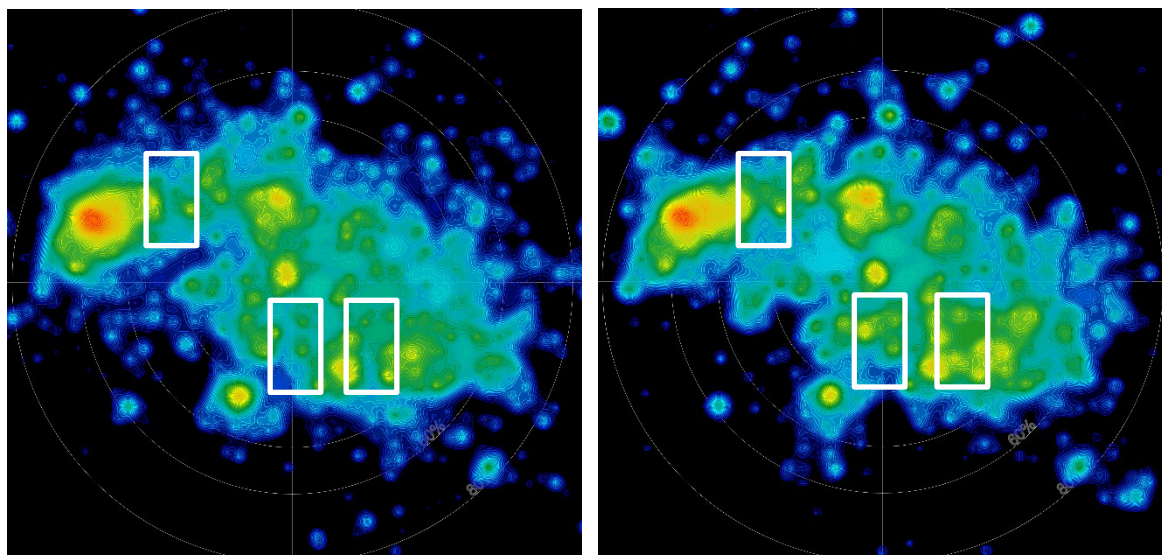
#	分類	美を表すキーワード/フレーズ	出願件数が多いプレイヤー	特許例(タイトル)		
①	人に「美」を纏わせるための製品	化粧品	美容効果、美白剤、美白用、美容方法、美肌化	ロレアル、花王、ポーラ化成工業	ケラチン繊維のための組成物、ドーパオキシダーゼ活性抑制剤および美白剤、皮膚外用剤	
		爪	美爪料組成物、爪化粧料、爪美容化、美爪料	サクラクレパス、三菱鉛筆、コーセー	美爪料組成物、爪用組成物、マーブル様美爪料、水系美爪料	
		ジルコニア	高級感を呈する審美性、審美性	東ソー、クラレノリタケデンタル	ジルコニア焼結体及びその用途、ジルコニア成形体の製造方法	
	美容器具	ガス	美肌、美容法、美容液、美白、美容効果	遊気創健美倶楽部、ヴィータ、MTG	炭酸混合化粧水の噴霧方法、顔の温水浴美容法およびその美容器具、美容器具の作動方法、	
		光	美容装置、美容器具、美容処理、美容効果	パナソニック、パナソニックIPマネジメント、マクセルホールディングス	光照射型美容装置、光照射型美容器具、光照射装置	
		振動	美容装置、美容器、美肌方法、美容効果	パナソニック、ヤーマン、シャープ、RIZAPグループ、	美容装置、美容器、美容処理装置、イオン導入機能付き超音波美容器	
		ローラー	美容器、美容器具	MTG、マクセルホールディングス、パナソニック	美容装置、美容器具、美容器	
	装飾品(時計)	美的外観、美的満足感、美しさ、審美的な問題	セイコーエプソン、京セラ、ザ・スウォッチ・グループ	時計用外装部品の製造方法、時計用外装部品および時計、装飾部品用セラミックスおよび装飾部品、ルーペを備えた時計		
	衣類	美観を損ねない、動作を美しく見せる、姿勢の良い美しい歩き方	グンゼ、ルジアン、ワコール	カップ付衣類、下半身衣類、ボトム衣類		
	②	人に「美」を使用の中で感じてもらうための製品/付帯製品	建築用構造物	美観を損なうことなく、美観に優れた、簡潔な外観で美観を向上	オカムラ、パナソニック、クリナップ	空間構造体、固定構造及び固定方法、キッチンカウンタ、櫛
ディスプレイ		美容装置操作に係る案内情報を表示、美観を損なうことなく、美観を保つ	マクセル、日本精機、パナソニックIPマネジメント	美容システム、車両用表示装置、表示灯		
包装材、容器		美観を生じさせる、美しい切り口、美観に優れた	大日本印刷、凸版印刷、吉野工業所	包装材及びその製造方法、包装容器並びに蓋体、包装袋、合成樹脂製角形容器		
③	人に「美」を提供するための素材/技術	樹脂	硬化性	美観かつ重厚で品位の高い、塗膜の美観が保たれる、表面の美観に優れる	住化ポリカーボネート、カネカ、三井化学	漆黒性に優れたポリカーボネート樹脂組成物、硬化性組成物およびその硬化物、硬化性組成物
		発泡	美観性を保持する、外観美観な、外観美観性の向上	ベック、カネカ、積水化成品	被膜形成方法、型内成形用発泡性熱可塑性樹脂粒子及びその製造方法、発泡成形体	
		フィルム	美的効果を生じる、美観に包装する、実用性と美観を両立	凸版印刷、旭化成、大日本印刷	軟包装材、熱収縮性積層フィルム、易開封性および透明性を有する多層積層フィルム	
	鋼板	めっきのない美しい表面外観、美しい表面、表面疵のない美観な	JFEスチール、日鉄新製鋼、日本製鉄	高強度溶融亜鉛めっき鋼板の製造方法、フェライト系ステンレス鋼板の製造方法、橋梁用鋼板の製造方法		
	塗装	美装仕上げ、塗り際を美しく仕上げる	ハマキャスト、栗本鐵工所	外壁塗装方法、塗装方法		
	照明	美観の低下を抑制、美観を損なわない	パナソニックIPマネジメント、スタンレー電気、シチズン電子	照明装置、LED発光装置および電子機器、照明方法及び発光装置		
	画像処理	被写体を美しく見せる、美白処理を施す、加工画像の審美スコア	ニコン、カンオ計算機、キヤノン	画像処理装置、撮像装置、画像処理プログラム及び記憶媒体、画像処理装置、画像処理方法及びプログラム		
	細胞増殖	美容への応用、美容方法	日本メナード化粧品、ナショナル ジューイッシュヘルス、コーセー	幹細胞の未分化維持剤及び増殖促進剤、ショウブ抽出液を含む表皮幹細胞性維持剤		
	毒素	美的目的及び/又は美容目的、美容的、美容用途	ルパンセラピューティクス、マサチューセッツ大学ロウエル、アラガン	注射用ボツリヌス毒素製剤、ボツリヌス菌ナノエマルジョン、改良されたボツリヌス毒素組成物		
	④	理美容師用設備	理美容用椅子	タカラベルモント、バイオニア椅子	理美容用椅子	
⑤	その他	調理機	美味しいご飯、美味しく加熱調理する、美味しく調理できる	パナソニック、三菱電機、日立グローバルライフソリューションズ	炊飯器、加熱調理機	
		食品	美味しく栄養価の高い、美味しさと風味を更に向上、美しい透明乃至半透明感	不二製油、パナソニック、ユーハ味覚糖	穀類の保存方法および冷蔵庫、ソフトキャンディの製造方法、大豆β-コングリニン含有和菓子様食品及びその製造法	

4. おわりに

本レポートでは、特許を用いて、どのような領域に、どのような「美」が潜んでいるのかを分析・整理した。また、概略ながら、市場ニーズが透けて見えることを示す例を挙げた。

今回は、特許の集積度が高い領域(大きい順に、赤、橙、黄、緑、青、黒となっている中で、主に、黄以上)を中心に、静的に全体を俯瞰しただけであるが、年次推移をみると、更なる「美」の発掘の可能性が見えてくる。図3は、図2の全体俯瞰において、(a)2010年から2011年の公開特許、および、(b)2018年から2019年の公開特許をフィルタリングした図である。図中の四角の枠で示す部分が、集積度は高くないが、年次変化で埋まっているのが分かる。前述のとおり、内容の類似性の高い特許は近くに、類似性が低い特許は遠くに配置しているため、四角の枠の領域には、隣り合う領域の特徴を併せ持った何か潜んでいる可能性がある。

また、特許を用いて分析を試みたが、これはあくまで提供者側の理解を通じた市場の「美」の把握であり、市場の「美」をより直接捉えるためには、社会学や芸術学/美学の論文、もしくは、ニュースやソーシャルメディアの情報などを含めた多面的な分析が必要である。今後、そもそも「美」とは何か、についての定義、分析も含め、上記内容（隙間の「美」の発掘、および、直接的な「美」の市場ニーズの把握）に取り組んでいきたいと考えている。



(a) 2010年から2011年公開

(b) 2018年から2019年公開

図3：「美」に関する全体俯瞰

5. 参考

- [1] : Lmage.jp 「西宮阪急の新売場、テーマは心と身体の「美と健康」
<https://www.lmage.jp/news/2020/03/103267/>
- [2] : WWD Japan 「美と健康をサポートする高島屋新宿店「ウェルビーフィールド」のさらなる進化」
<https://www.wwdjapan.com/articles/1020871>
- [3] : PR TIMES 「「ファンケル 銀座スクエア」リニューアルのお知らせ」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000535.000017666.html>

<免責事項>

本情報は、情報の提供を目的としており、投資その他の行動を勧誘することを目的としたものではありません。有価証券その他の取引等に関する最終決定は、お客様ご自身の判断と責任で行って下さい。情報提供元である VALUENEX 株式会社は、本情報を信頼しうる情報をもとに提供しておりますが、その内容に過誤、脱落等ありこれが原因により、または、本情報を利用して行った投資等により、お客様が被った、または、被る可能性のある直接的、間接的、付随的または特別な損害またはその他の損害について、一切責任を負いません。本情報の正確性および信頼性を調査確認することは、VALUENEX 株式会社の債務には含まれておりません。本情報の内容は、VALUENEX 株式会社の事由により変更されることがあります。本情報に関する一切の権利は、VALUENEX 株式会社に帰属します。本情報は、お客様ご自身のためにのみご利用いただくものとし、本情報の全部または一部を方法の如何を問わず、第三者へ提供することは禁止します。

VALUENEX 株式会社
〒116-0002 東京都文京区小日向 4-5-16
ツインヒルズ茗荷谷
TEL : 03-6902-9834

*弊社では ASP サービス「DocRadar」「TechRadar」ならびに技術調査業務を含むコンサルティングサービスを提供しております。

ご関心のある方は下記までご連絡ください。

<問い合わせ先>

[VALUENEX 株式会社 ソリューション事業推進本部](#)

TEL:03-6902-9834

[mail:customer@valuenex.com](mailto:customer@valuenex.com)

<http://www.valuenex.com>

20200326 HS