

新デザインでスタート！
実務者に響く情報発信を
強化していきます

アンケート

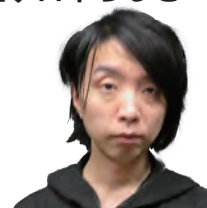
下記二次元コードより「知財管理」、「季刊じぱ」
へのご意見をお寄せ下さい。
表紙写真も募集しています。



Special INTERVIEW

ライフスタイルと
カルチャーが示す日本の価値
ーコンテンツ・技術に
根差す日本らしさー

落合 陽一 氏
Yoichi OCHIAI
メディアアーティスト



わが社のこだわり

〔株式会社
バンダイナムコエンターテインメント〕
「Fun for All into the Future」
「Connect with Fans」

樋口 絢子 Ayako HIGUCHI
株式会社バンダイナムコエンターテインメント
経営推進室 法務知的財産部
商標・オペレーション課 マネージャー



実務スポットライト

〔会誌広報委員会〕
企業知財担当者のための
生成AI活用術 入門編



JIPA通信

2026年度
新設専門委員会とワーキング
グループのご紹介



「RED OCEAN」 photo by セーフー株式会社 渡辺 崇仁 氏



Special INTERVIEW No.025

ライフスタイルとカルチャーが示す日本の価値 —コンテンツ・技術に根差す日本らしさ—

落合 陽一 氏 Yoichi OCHIAI (写真中央)
メディアアーティスト



大阪・関西万博の人気パビリオン「null²(ヌルヌル)」をプロデュースした落合陽一氏に、
会誌広報委員会がインタビューを行い、万博を振り返りつつ日本の生活・文化とコンテンツ・技術への思いをお聞きした。

委員 本日は大阪・関西万博を振り返った上で、知財やコンテンツ分野などにおける日本の良さや今後のあり方、またどう世界に発信するかなどをお伺いできればと思います。

落合 近年、優秀なAIが出てきていますが、AIで作れない知的なものは何かというと、文化や伝統などで、これらは単純にコンピュータで計算できるものではなく、論文を書くような理系的な知的作業でもないですね。そういったものが集まっていた大阪・関西万博は(世界への発信として)非常に良いタイミングだと思いました。特に大阪は文化に優しいので、「わが町、大阪」という感じですね。東京は「わが町、東京」という人は少ないのではと思います。

委員 文化や伝統は日本にはたくさんあると思います。

落合 日本のカルチャーはユニークだと思います。また、超絶技巧という方向にはそれほど行かず、時代が変わってもずっと続けるのが良さだと思います。例えば焼き物では中国は青磁や白磁といった良い磁器に行くのに対して日本は織部や黒楽といった武骨なものになったり、ハリウッド映画がCGをバンバン使う中で日本のアニメーションが世界で売れたり、そういったものを上手く、センス良くやってきたのは日本の良い所ですね。

そういった文化企画が万博で世界的にできたのは面白かったです。あれを大阪のローカルイベントとして消費してしまうのか、横浜での園芸博(国際園芸博覧会)へ繋げて東と西両方まで続けるのか、試されているところだと思います。万博は大阪ロー

カルとしては子どもたちが世界に触れられる最高のイベントだった訳ですが、皆がそういう感覚で世界と接することができるようになったのかということだと思います。

委員 「万博は子どもたちが世界に触れられる最高のイベント」であり、そういう場が大事だと伝わってきたのですが、今後も子どもたちが多様に触れられるような作品や取り組みへの思いがあるのでしょうか。

落合 子どもたちが海外に目を向けるきっかけを作るような出来事は、日本では万博ぐらいしかなかったのではないのでしょうか。1970年の万博のときは、あれによって当時の子どもたちは世界的なことを考えたわけで、結構人生に大きい影響を与えていたと思います。それで私は園芸博をやろうと思ったのですが、パビリオンではなく庭なので…文化祭をしなければいけないのですが、文化祭をすることの大切さというのは、万博をやってみて分かりますね。



null²最終日の様子を語る落合氏

委員 日本のコンテンツや技術を世界で広めていくには、どういうことをしていく必要があるのでしょうか。

落合 日本のコンテンツの良い所は、ドラマから入るのではなくライフスタイルから入るところだと思っています。日本人の生

活への食欲さはすごく、選ばれた人が高価で安全なところにいるというのが世の中の普通なのに、日本は安価で快適で安全に過ごせるということのためにエネルギーを使っている、そういう意味で、日本のコンテンツのコアは、生活の描かれ方をどう美しく作るかということと、その生活自体に巻き込まれる人たちがどう快適に過ごせるかということだと思います。

委員 そこに技術を融合させて何かを作る感じですね。

落合 日本にはウォシュレットがあって、自動ドアがあって、こんなに自動販売機がある国は他になくて、生活のためのテクノロジーはめちゃくちゃ発達しています。

委員 日本の電機メーカーや自動車メーカーはもっと生活と絡ませた方が良いという感じでしょうか。

落合 我々の生活の中にあるものは、昔はだいたい日本製だったのに今は海外製ばかりになってしまったので、ライフスタイルを取り戻す装置が必要なんです、今はもうほぼAIで作れるようになっていて時間の問題のような気がします。

知財も半分は(AIで)自動化されて、半分はどこかにいくと思いますが、知財がカルチャー化するのにはもっと時間がかかると思うので、カルチャーをどう育てるかがすごく大切な気がします。

※ウォシュレットはTOTO株式会社の登録商標です。

知財管理8月号では本稿で紹介しきれなかった話題を含むインタビュー全編を紹介予定ですので、どうぞご期待ください。

わが社のこだわり [株式会社バンダイナムコエンターテインメント]

「Fun for All into the Future」
「Connect with Fans」

樋口 絢子 Ayako HIGUCHI

株式会社バンダイナムコエンターテインメント
経営推進室 法務知的財産部 商標・オペレーション課 マネージャー

BANDAI NAMCO

Fun for All into the Future



株式会社バンダイナムコエンターテインメントは、2006年に株式会社バンダイと株式会社ナムコの経営統合により誕生しました。設立から20年程度ながら、両社が培ってきたゲームコンテンツ制作の70年超のレガシーを継承しています。合併以後も、激変する市場環境の中、関連会社の吸収や分割等、会社の形も様々に変えながら数多くのIPやファンに真摯に向き合い、その価値と想いを深く捉えながら、エンターテインメントの可能性を広げてきました。2026年3月期からスタートした中期計画では、「ゲームポートフォリオ推進」「開発力の強化」「IP軸ビジネス拡大・挑戦」を重点戦略に掲げています。ゲーム事業では、投資領域を明確化し、優先順位を定めながらヒット作品の創出を目指し、より強固なポートフォリオを構築しております。さらに、ゲームから生まれるIPの価値を最大化する「IP軸戦略」を深化させ、ライセンス事業などを通じて、多様なエンターテインメントへ挑戦します。こうした事業展開とあわせて、IPを通じて社会とのつながりを広げる事業外の活動も進めてまいります。

コンテンツへのこだわり

当社は、IP(キャラクターなどの知的財産)を軸に、家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツ等を通じて、長く深く遊べる良質なコンテンツと多彩なエンターテインメントを世界中のファンにお届けしております。

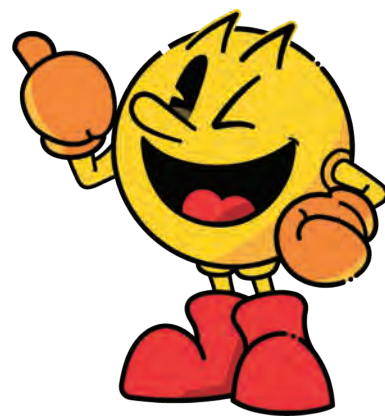
長年愛される「PAC-MAN」のようなクラシックゲームをはじめとして、近年のヒット作としては、「学園アイドルマスター」「SDガンダム Gジェネレーション エターナル」「デジモンストーリー タイムスレンジャー」が挙げられる他、サービス開始より10年を超えた「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」、株式会社フロム・ソフトウェアと共同開発した「ELDEN RING」等も楽

しんでいただいております。これらのタイトルに見られるように、当社は自社キャラクター・他社キャラクターなど多様な出自のIPを取り扱っています。こうしたIP取扱いの経験とノウハウが当社の強みであると考えています。

近年の知財戦略

特許、商標、著作権等の知的財産を活用して、多方面からIPの保護・利用推進を行っております。特許分野においては、模倣品の排除と将来的な事業領域の確保のための特許活動を実施しております。特に、ゲーム業界は流行の推移が極めて激しいため、自社製品やサービスに実装さ

れる発明だけでなく、近い将来に普及が見込まれるゲーム技術についても技術者や企画職、特許担当者が連携してアイデア創出を行い、特許出願を進めております。商標分野においては、ここ20年でゲームがより幅広い層に浸透し、



PAC-MAN™ &

©Bandai Namco Entertainment Inc.

その提供形態や接点が多様化している中で、発売時に必要な商標を出願したから完了、ではなく、事業と並走する調査出願の対応を心掛けております。

JIPAとのかかわり、JIPAへの期待

まずは人材育成における研修です。当部では研修等を活用した自律した学習・成長を推進しておりますが、やはり網羅的な知識習得は独学では難しい部分がある一方、座学では得づらい知識も必要となりますので、今後ともJIPAの研修に積極的に参加させていただきたいと考えております。また、企業間での横断的な情報共有や実務者同士の人脈形成や意見交換の機会がさらに充実することも期待しております。



THE IDOLM@STER™ & ©Bandai Namco Entertainment Inc.



生成AIの進化は、知財実務、特に膨大な情報と格闘する特許読解の現場に革命をもたらしています。知財担当者の皆様も、日々の業務でその可能性を感じていることでしょう。

今回は、実際に生成AIをどのように活用し、特許読解の効率と深度を高めているか、その活用法の入門編について紹介します。

要約による効率的な情報把握

特許文献の全文を生成AIにコピー＆ペーストし、要約を作成してもらうのが最初のステップです。

内容を大まかに把握したいなら

この特許について、背景技術、発明の特徴、効果を箇条書きで要約して

特定の情報を知りたい場合は

この特許の〇〇という部品が、従来品とどう違うのか、その点に絞って説明して

のように、具体的に指示しましょう。これにより、膨大な量の特許文献から短時間で核心を掴むことができ、読解の労力を大幅に削減できます。

対話による深度ある理解の追求

要約を読んで、気になる内容があれば、AIに直接質問してみましょう。

△△という素材についての言及はあるか？

▲▲の製造方法だけを、手順がわかるように抽出してほしい

といった具体的な質問を投げかけることで、まるで専門家と議論しているかのように、疑問点を即座に解消できます。これは、複雑な技術内容やクレームの解釈において、強力なサポートとなります。

言語の壁を越えるグローバル対応力

生成AIの大きな利点は、言語の壁をなくせることです。英語や中国語など、海外の特許文献でも日本語で内容を要約させ、質問もできます。これにより、グローバルな技術動向や競合の知財戦略を、言語の制約なく迅速に把握できます。文脈を理解して情報を抽出するため、単なる機械翻訳より、内容の理解を深める助けとなります。

複数特許の比較・分析による洞察

さらに、複数の特許文献に対して同じ質問を投げかけ、その回答を一覧形式でまとめさせることも可能です。例えば、複数の競合特許について「請求項1の発明特定事項」や「解決課題」を抽出し、比較表を作成させることで、各社の技術戦略や差異を俯瞰的に把握できます。この一覧化した情報を別のチャットで分析させることで、技術トレンドの特定、競合のポートフォリオ分析、さらには自社のR&D戦略立案に向けた示唆が容易に得られます。

まとめ

生成AIは、特許読解の効率化だけでなく、深度ある理解と多角的な分析を可能にする「思考のパートナー」となりつつあります。もちろん、最終的な判断や責任は人間の知財担当者が担うべきですが、知財実務において、生成AIの活用はもはや選択肢ではなく、必須のスキルとなってきたように感じています。

JIPA通信 2026年度 新設専門委員会とワーキンググループのご紹介

2026年度より、新たに3つの専門委員会と、3つのワーキンググループ(WG)の活動がスタートしましたので、活動概要と共に下記をご紹介します。

〈専門委員会〉

グローバル模倣品対策委員会……グローバル規模での水際対策やECサイトを含めた模倣品に関する課題の検討、および国内外での意見要望の発信。

サービス・コンテンツ委員会……コンテンツ産業やサービス産業の知財課題の究明。有識者・企業間の交流推進より、知財の観

点から日本の産業競争力強化に向けた政策提言。

AI活用委員会……知財実務におけるAI活用上の課題整理と解決策の提案。既存法制度、新法制度等に関する情報収集や発信、提言。

〈WG〉

デジタル政策WG……著作権を中心とするコンテンツ政策全般、近年のFrontier Technologies領域(AIやメタバース等)と知的財産の政策分析・提言。

データ戦略WG……企業のデータ戦

略立案に資する、国内外データ法制や関連法案(AI法やデータ法、不正競争防止法等)への政策提言。関係官庁やアカデミア等との連携強化。

SEP WG……SEPの諸問題に関して、外部専門家との交流や意見交換を実施し、協会会員並びに外部に対して、継続的な情報発信および意見発信。

新しい委員会とWGの活動にご期待下さい。

