



今月のことば

Words of the Month

意匠のススメ

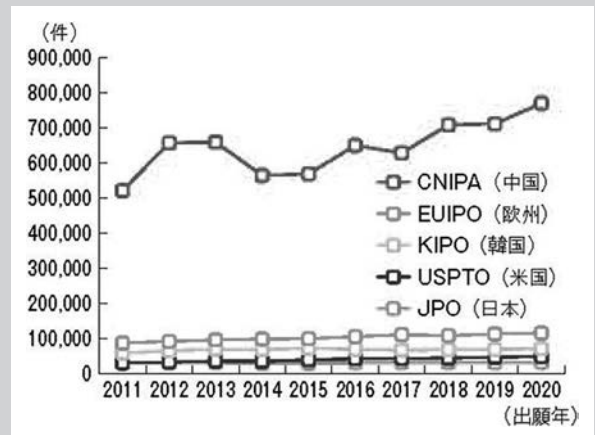
日本弁理士会副会長

笹野 拓馬

1. はじめに

昨今、「モノからコトへ」というキャッチフレーズのもと、製品自体のデザインのみならず、顧客と企業の接点である店舗等のデザインなども重要視されるようになり、「デザイン思考」や「デザイン経営」といった言葉もよく耳にするようになりました。また、2018年には、経済産業省と特許庁が立ち上げた「産業競争力とデザインを考える研究会」によって「デザイン経営」宣言が発表され、その中で、デザインをブランドの構築やイノベーション創出に資する重要な経営資源と位置づけ、企業におけるデザインの活用の重要性が強く打ち出されています。

このようにデザインの重要性が強く謳われるようになってきているにもかかわらず、意匠登録出願の過去10年間の出願件数の推移とみると、多少の増減はあるものの、平均年3万件で推移し、特許の約1/10にすぎません。



(特許行政年次報告書 2021 年度版より)

なぜ、意匠登録出願の出願件数は、毎年約3万件という固定した数字で推移し、件数が伸びないのか、いつも不思議に思うところです。

「意匠は権利範囲が狭いから」との認識から意匠制度の利活用が進まないのでしょうか。

確かに、依頼人と話をすると、このような言葉は、よく耳にする言葉と思います。

しかしながら、意匠法は、改正を重ね、ユーザーにとって使い勝手がよくなってきており、「意匠は権利範囲が狭いから」という、従来通りの認識のまま、出願に二の足を踏むというのは、ユーザーにとっても、その代理人たる弁理士にとっても、もったいないと思われ、知的財産の保護強化を図るため、意匠を利用しない手はないように思います。

特に、令和元年(2019年)の意匠法改正は、明治以来の大改正といわれるものであり、意匠制度が大きく変わっています。改正点は多岐にわたりますが、主たるものは、意匠の保護対象の拡大と、関連意匠制度の拡充になります。改正法が施行されて約1年半が経過していますが、その概要を以下に紹介します。



(特許行政年次報告書 2021 年度版より)

この出願件数は、主要の五庁(日本国特許庁(JPO)、米国特許商標庁(USPTO)、欧州連合知的財産庁(EUIPO)、中国国家知識産権局(CNIPA)、韓国特許庁(KIPO))の中で最も少ない数字になっています。

2. 令和元年（2019年）の大改正

（1）意匠の保護対象の拡大

・建築物・内装

意匠法上の「物品」とは、「有体物たる動産」を意味することから、これまで、不動産である建築物は、意匠権で保護することができず、その建築物の一部（壁、天井、床等）の装飾等により構成され、複数の物品からなる内装についても、意匠権による保護を受けることができませんでした。

しかしながら、昨今、モノのデザインのみならず、空間全体のデザインを重視する観点から、企業が店舗等のデザインや内装のデザインに特徴的な工夫を凝らしてブランド価値を創出し、サービスの提供や製品の販売を行う事例が増え、また、オフィス家具や関連機器を扱う企業が、自社の製品を用いつつ、特徴的なオフィスデザインを設計し、顧客に提供する事例が生じていることから、企業のブランド価値の創出という意味において、店舗やその内装のデザインは重要な要素となっており、意匠の定義が見直されることになりました。

これにより、これまで保護されてきた「組立家屋」の枠を超えて、一品制作的な建築物、さらには土木建築物までもが意匠権で保護できるようになり、また、机やイスなどの複数の物品等の組合せや配置、壁や床などの装飾により構成される内装のデザインも、全体として統一的な美感を起こさせることを条件に、一つの意匠として意匠権で保護することができるようになっていきます。

・画像

画像は、平成18年の意匠法改正により、これまで認められていた表示画面に加えて、操作画面についても意匠登録を受けることができるようになりましたが、かかる改正は、あくまで「物品の部分」としての保護に留まっていたところ、近年、IoT等の新技術の普及に伴い、個々の機器がネットワークでつながり、GUIが重要な役割を担うようになり、また、インターネット上のサービスが発展し、そのためのアプリケーションやソフトウェアがクラウド上に記録され、ネットワークを通じて消費者等に提供されるようになってきており、さらには、技術の進展により、物品に表示されずに、壁や人体等に投影される画像が出現するようになりました。

このような実情に対応するため、令和元年（2019年）の法改正により、物品と切り離された

独立した存在としての画像のみで保護されるようになっていきます。

（2）関連意匠制度の拡充

従前の関連意匠制度は、関連意匠の出願可能期間が、本意匠の意匠公報発行前まで（本意匠の出願から8ヶ月程度）に限定され、長期的な市場動向等に応じて関連意匠を保護することができず、さらに、従前の関連意匠制度では、類似する意匠を連鎖的に保護することができないことから、進化していく意匠を保護することができなかつたため、今回、規定の見直しが行われました。

その見直しの大きな点は、①関連意匠に類似する意匠についても登録を受けられるようになったこと、②最初の本意匠（基礎意匠）の出願の日から10年を経過する日前までは、関連意匠の出願ができるようになったこととなります。

かかる見直しにより、新製品を市場に投入した後に、需要動向を見ながら長期的な視点に立って追加的に開発されたデザインのバリエーションを意匠権で保護することができるようになっていきます。

令和元年（2019年）の法改正によって、意匠の保護対象が拡大されたことにより、従来の物品のデザインとは異なるタイプのデザインが保護されるようになり、これまで意匠制度にそれほど縁がなかったユーザーへの利用拡大が期待されることとなり、意匠の新たな利活用につながっています。また、関連意匠制度が拡充されたことで、将来的なデザインのマイナーチェンジを見据えた柔軟な保護が可能となり、これまでできなかった新たな意匠戦略を構築できるようになっています。

3. おわりに

今回の改正は、これまでの意匠制度ではできなかったことができるようになっており、この新しい制度を利用して、どのように出願し、どのように権利化を図っていくかは、今後の思案のしどころと思いますが、意匠制度の利用価値は向上しています。

また、「意匠は権利範囲が狭い」との認識は、その意匠に係る物品が成熟した分野に属する場合等、ある一面ではそのようにいえるかもしれませんが、出願の形態を工夫することで、例えば、関

連意匠制度を利用してバリエーションの意匠を出願したり、完成品の全体意匠のみならず、完成品を構成する部品について出願したり、完成品を構成する要素の中で特徴ある部分を部分意匠として出願したりすることで、意匠を重層的に保護することができるように思いますので、意匠の権利範囲は狭いとは一概にはいえず、場合によっては、

特許よりも広く強い権利になり得ます。

意匠制度を様々な形で利用し、経験を重ねることで、「意匠は権利範囲が狭い」との印象は、解消されるものと思いますので、意匠法が大改正されたこの機会に、多くのユーザーが意匠登録出願を選択肢の一つとして認識し、積極的に利用されることを是非期待したいです。