

特集《ハーグ制度 100 周年記念：デザインの国際化・実務・ビジネスと未来を考える》

特許・商標実務家に対する 意匠制度の普及啓発

特許庁審査第一部意匠課長 久保田 大輔



要 約

日本人による国内及び海外への意匠登録出願件数は減少している。しかし、その主な理由は、開発製品数の減少や円安等の影響による知財関連予算の減少であり、既存ユーザーによる制度離れが起きているわけではないと考えられる。他方、意匠制度をあまり活用したことの少ない潜在ユーザーは、意匠法の保護対象や活用方法など、十分に認識できていないことが多く、特許、意匠、商標の出願を縦割りで検討していることも少なくない。そこで、特許庁意匠課では、知財に慣れ親しみつつも意匠制度にはあまり触れたことがない特許・商標の実務家を対象とした普及啓発を行うこととし、令和4年以降、日本弁理士会意匠委員会の協力をいただきながら、特許・商標を専門とする弁理士向けの意匠制度説明会を行っている。同説明会は、意匠制度に対する誤解等についての特許庁職員による講演及び意匠を専門とする数名の弁理士と特許庁職員による座談会の2部構成からなる。特に、登壇者と説明会参加者が積極的にコミュニケーションをとることができる座談会は好評で、令和5年からは、地方においても対面形式で開催している。

目次

1. はじめに
2. 意匠制度の利用状況
 2. 1 意匠登録出願の動向
 2. 2 基本問題小委員会からの提言
 2. 3 意匠制度に対する認識等に関する調査研究
3. 日本弁理士会主催説明会
 3. 1 開催経緯
 3. 2 開催形式及び実績
 3. 3 講演テーマ
 3. 4 座談会
4. まとめ

1. はじめに

意匠制度は、産業の発展に寄与することを目的とした産業財産権制度のうちのひとつであり、特許制度や商標制度とは異なる特徴やメリットがある。しかし、特許制度や商標制度と比べると認知度の低い意匠制度については、そうした特徴やメリットについて認識されていないことが多い。また、本来は、企業等のビジネスを守り発展させるために、どのような方法で自社製品やサービスを保護していくのかを各制度の特徴やメリットを考慮して多面的に考え、実行していくことが肝要であるが、実際には特許・意匠・商標の出願をそれぞれ縦割りで考えられていることも少なくない。

企業や弁理士事務所が意匠制度の特徴やメリットを認識せずに意匠登録出願の必要性を感じていないとすれば、知らずしてビジネス上のリスクを高めてしまっている可能性がある。この状況を少しずつ改善し、多くのユーザーに意匠制度を有効活用していただくことを目的として、特許庁意匠課では、近年、特許や商標を専門とする弁理士向けの普及活動も行っているため、本稿にて概要を紹介したい。

2. 意匠制度の利用状況

2. 1 意匠登録出願の動向

近年、世界の意匠登録出願件数が増加している中（図1）、日本の意匠登録出願件数は、年間3万件前後を横ばいで推移している。2015年にハーグ協定ジュネーブ改正協定に加入して以降、日本を指定する国際意匠登録出願（ハーグ出願）件数が徐々に増加している一方で、日本に願書及び図面等を直接提出する意匠登録出願（国内出願）件数は減少傾向にあり、結果として横ばいとなっている（図2）。

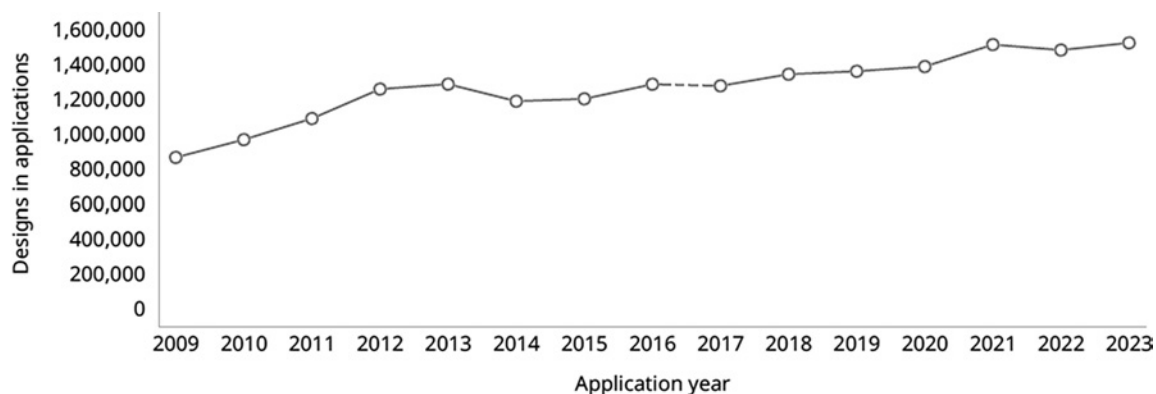
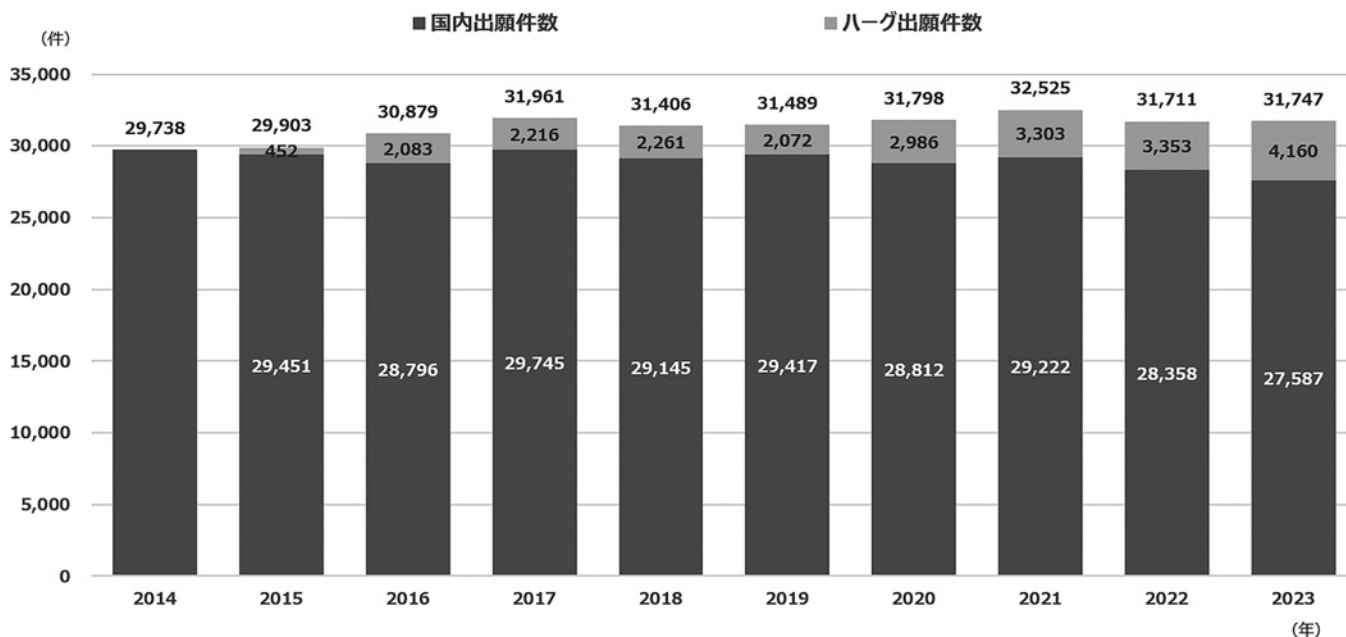


図1⁽¹⁾ 世界の意匠登録出願件数（意匠数）の推移



※2022年1月1日に発効したハーグ協定の共通規則の改正により国際意匠登録出願の標準公表期間が6か月から12か月に延長されたため、2022年下半期は標準公表された国際登録意匠出願が原則として存在しないことに留意。
 （備考）ハーグ出願は、当該年に国際公表された国際登録意匠数をカウント

図2⁽²⁾ 意匠登録出願件数推移

日本への意匠登録出願件数を、筆頭出願人の国籍別に見てみると、海外からの出願は年々増加しており、特に米国及び中国からの出願の増加傾向が目立つ。他方、日本企業等の国内からの出願については年々減少しており、2023年の出願件数は10年前と比べると約20%減少している（図3）。

日本企業等の日本人による米、欧、中、韓への意匠登録出願件数の推移を見てみると、2018年までは増加又は横ばい傾向であったが、それ以降は中国への出願が回復傾向であるものの、全体的には減少傾向となっている（図4）。

日本への意匠登録出願件数を分野別に見てみると、令和元年意匠法改正によって2020年4月に出願受付を開始した画像デザインが属するNグループや建築物・内装デザインが属するLグループの出願件数は、2020年以降増加しており、そのほか、衛生マスク等の衛生用品が属するCグループ、服飾品が属するBグループ、楽器やスポーツ用品等の趣味娯楽用品が属するEグループの出願件数も近年増加傾向にある。他方、情報通信機器等が属する

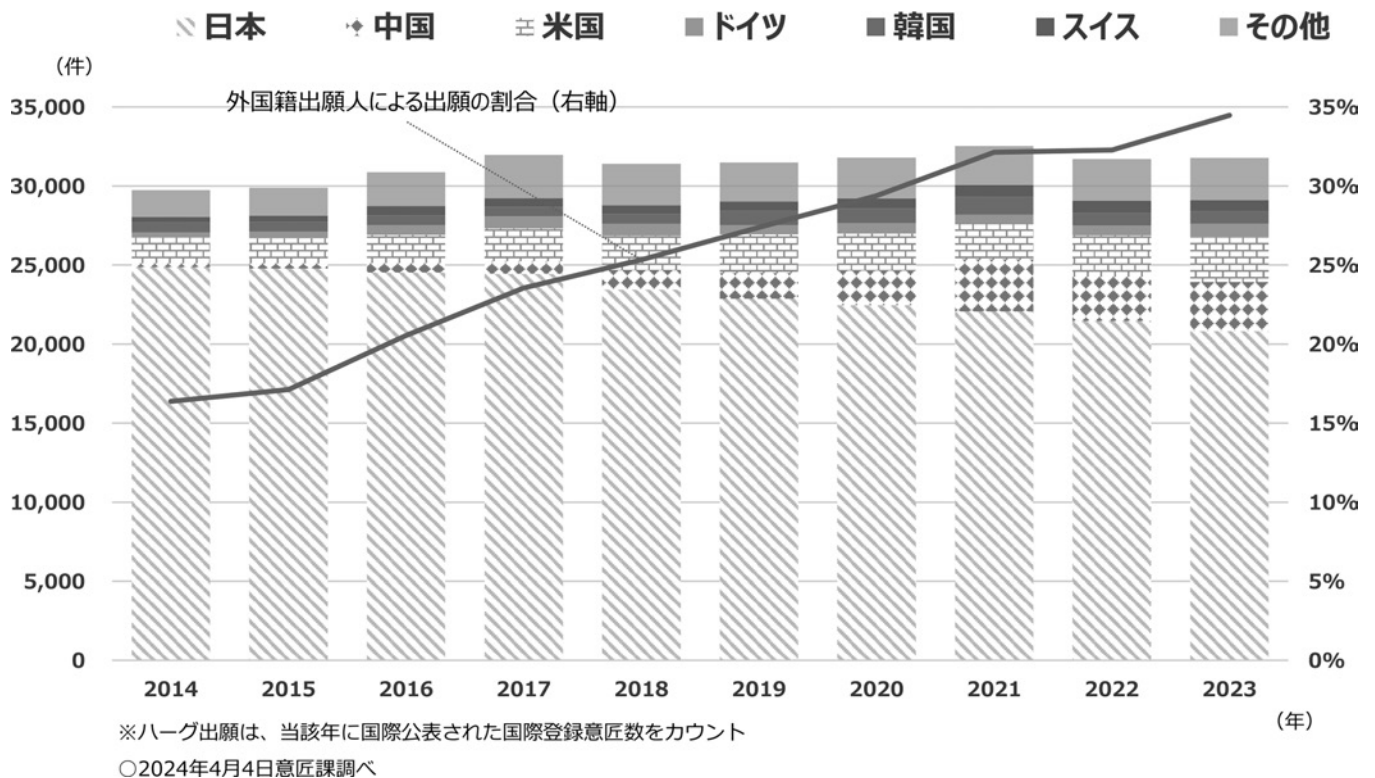
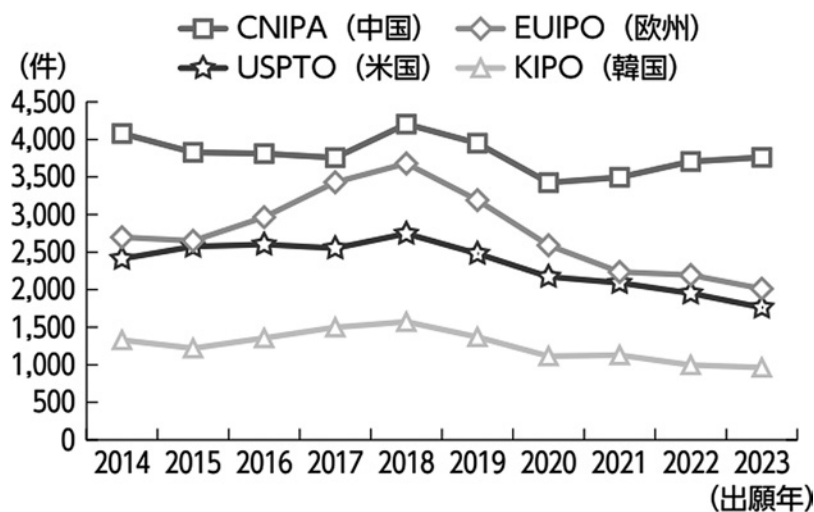
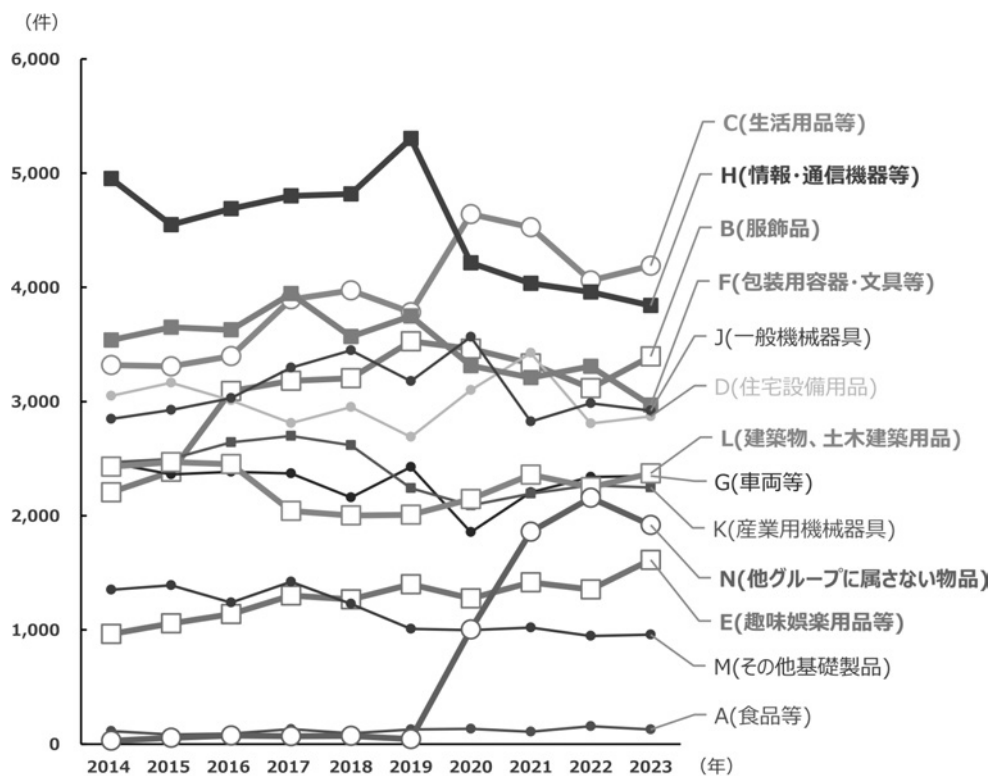


図3 筆頭出願人国籍別意匠登録出願件数の推移

図4⁽³⁾ 日本人による主要国・機関における意匠登録出願件数の推移

Hグループ、包装用容器や文具が属するFグループは減少傾向にあり、これらが相殺して全体の出願件数が横ばいとなっている（図5）。

以上のように、日本企業等の日本人による意匠登録出願は、国内への出願・海外への出願ともに減少傾向にある。以前は、限られた知財予算の中で海外出願を優先したことが、その主な理由とされていた。しかし、2019年以降は海外出願も減少しており、近年は企業における開発製品数の減少に加え、円安・物価高の影響による知財関連予算への圧迫が主な理由として考えられる⁽⁴⁾。いずれにしても、意匠登録出願を行っていた者が意匠制度から離れていったということではなく、外的要因によって意匠出願件数が減少していると考えられる。



※ハグ出願は、当該年に国際公表された国際登録意匠数をカウント
2024年4月4日意匠課調べ

図5 分野別意匠登録出願件数推移

2.2 基本問題小委員会からの提言

特許庁は、令和2年10月に産業構造審議会知的財産分科会基本問題小委員会を立ち上げ、コロナ禍で顕在化した課題への対応、イノベーション促進に向けた産業財産権制度の改善の在り方、特許庁の事務や審査業務の品質向上など、横断的・基本的な問題について状況を整理した上で課題を抽出し、改善すべき方向性について、有識者の皆様にご議論いただいた。

本委員会において、日本における意匠登録出願件数の伸び悩みの背景には、企業の統合や特定の採算事業分野からの撤退による開発製品数の減少といった製品開発を巡る事情の変化もあるが、デザイナーがデザインしたものでなければ登録にならないのではないか、技術的な側面を重視したものは登録にならないのではないかといった意匠制度に対する誤解があり、ビジネスを守るための有用な手段であることが理解されていないことも背景のひとつとして指摘された。

また、その対策として、意匠制度を知らない、あるいは利用したことがない企業、大学や特許・商標ユーザー・専門家に対し、意匠制度の基礎的情報、模倣品排除の効果、知財ミックスによる技術の補完的な保護、ブランド形成の手段としての意匠制度の戦略的活用方法等を周知し、意匠制度の一層の理解向上を図ることが提言された⁽⁵⁾。

2.3 意匠制度に対する認識等に関する調査研究

以上のような背景から、特許庁意匠課では、意匠制度の周知活動、特に意匠制度を知らない、あるいは利用したことがない者に対する周知活動を実施していくこととした。そこで、効果的な周知方法・内容を探ることを目的のひとつとして、令和3年度に特許庁産業財産権制度問題調査研究「意匠制度に対する認識及びその利活用のユーザーニーズに関する調査研究」を実施した。

本調査研究では、意匠登録出願の経験が相当程度ある者（以下「既存ユーザー」という）489者と、特許出願や商標出願は相当程度行っているものの意匠登録出願はほとんど行っていない者等（以下、「潜在ユーザー」という）448者からアンケートの回答が得られ、意匠制度に対する認識や出願する目的について既存ユーザーと潜在ユーザー

ザーとで違いがないか等を調査・分析した。

本調査結果によれば、潜在ユーザーの7割以上が「意匠制度を活用したことはあっても十分とはいえない」又は「意匠制度を活用したことがない」と回答している（図6）。このことから、潜在ユーザーの多くは、意匠制度についての十分な理解に基づいた上で意匠制度離れをしているのではなく、意匠制度の活用経験があまりないために自社ビジネスにとって有効か否かについてわからない状態である可能性が高いと考えられる。

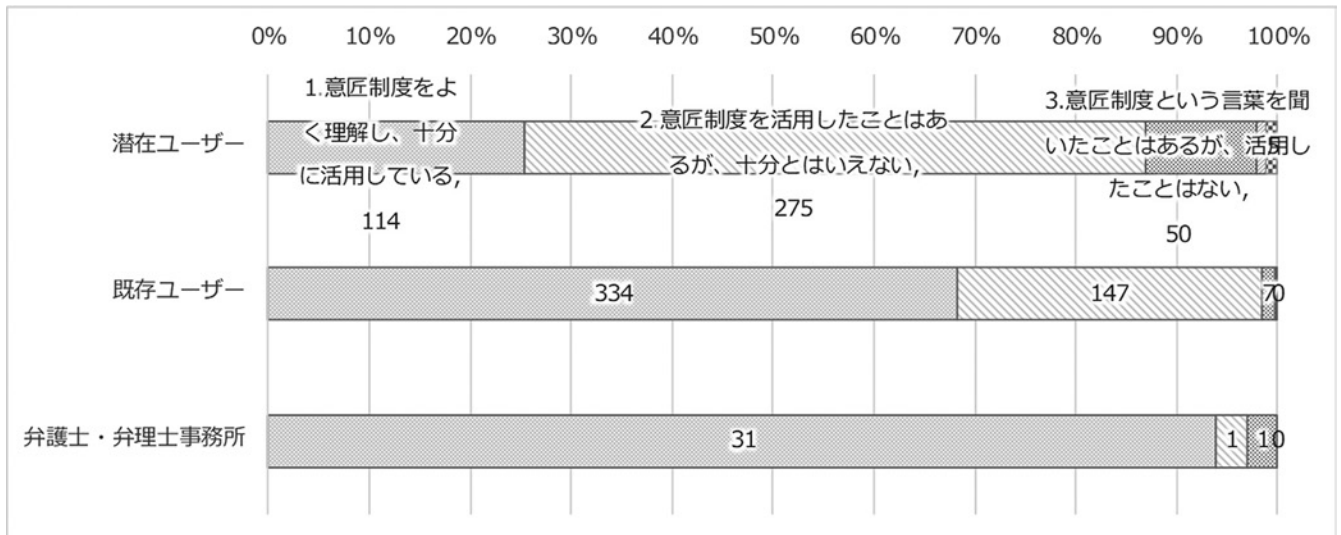


図6⁽⁶⁾ 意匠制度の活用度・認知度

また、意匠登録出願の目的については、「類似品・模倣品対策」が潜在ユーザーにおいても広く認識されている。一方、「類似品・模倣品対策」の潜在ユーザーの回答数が既存ユーザーの50%以上であったのに対し、「他社のけん制」「他社権利の非侵害の確認」「特許権の補完」「取引先の信用向上」「デザイナーの意欲向上」といった目的は50%以下であり（図7）、意匠登録出願にはこうした効果も期待できることが潜在ユーザーには既存ユーザーほどには認識されていない可能性があると考えられる。

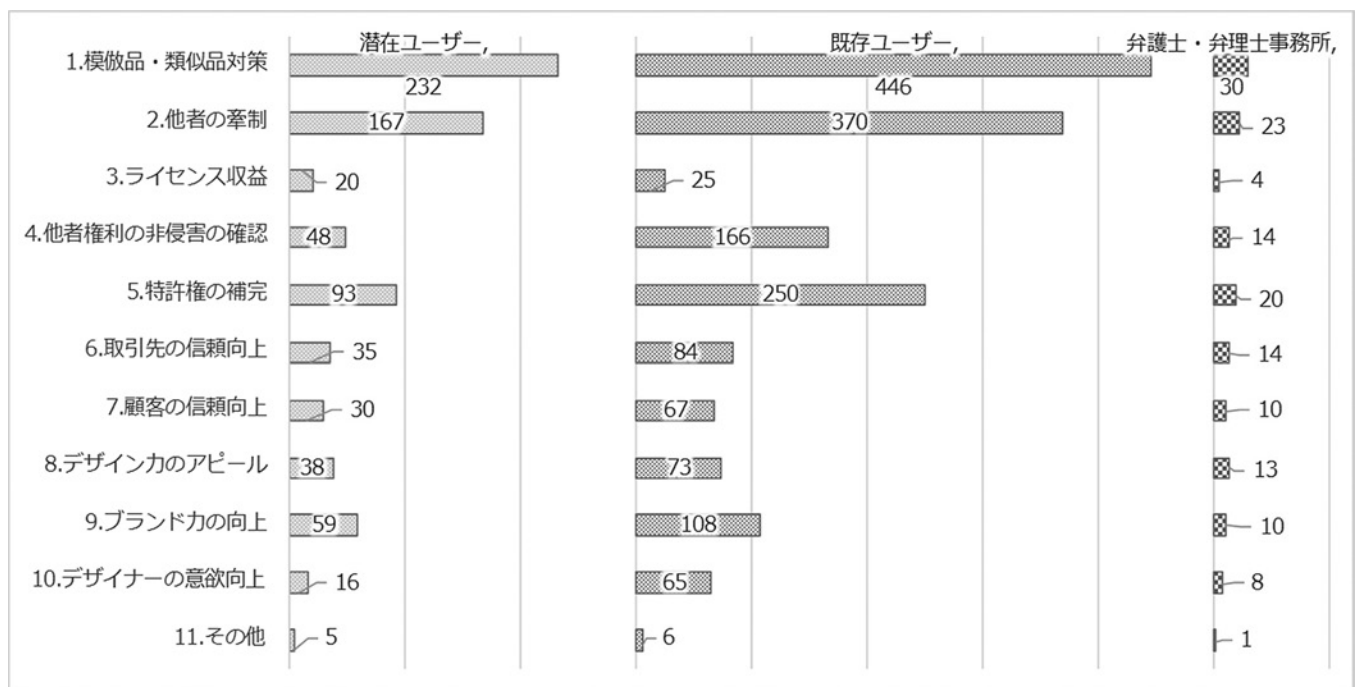


図7⁽⁷⁾ 意匠の国内出願の目的

さらに、知的財産権による多角的な保護の検討状況について見てみると、既存ユーザーは75%以上の回答者が「検討している」と回答したのに対し、潜在ユーザーで同じ回答をしたのは40%程度で止まっている（図8）。このことから、知財ミックスの観点で自社の製品やサービスを保護することを検討していないユーザーほど、意匠制度

をあまり利用していない可能性があると考えられる。

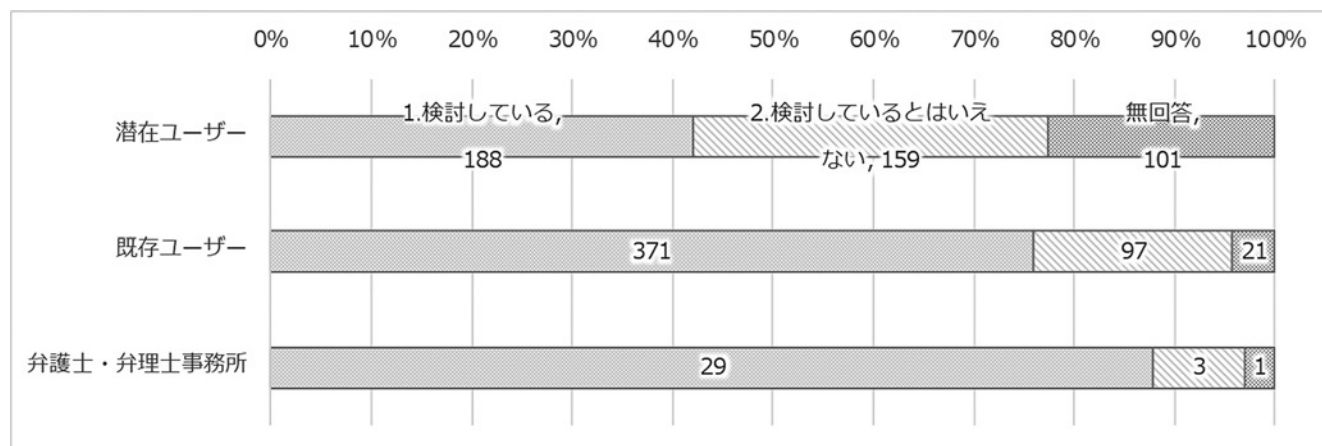


図 8⁽⁸⁾ 知的財産権による多角的な保護の検討

3. 日本弁理士会主催説明会

3. 1 開催経緯

基本問題小委員会からの提言（前記 2.2）を踏まえ、令和 3 年度に調査研究（前記 2.3）を実施することと並行して、特許庁意匠課では、特許・商標実務家に対する意匠制度周知活動を行うべく検討を開始した。

特許庁では、これまでも初心者向け説明会や実務者向け説明会を実施するなどして、意匠制度の普及啓発に努めてきたが、前者は知的財産権制度初心者向けの基礎的な内容、後者は意匠の実務家向けの高度かつ実践的な内容となっており、他法域の実務家を意図的に対象とした説明会やコンテンツは提供していなかった。そこで、まず日本弁理士会意匠委員会に、特許や商標を専門とされる弁理士の皆様を対象とした意匠制度の説明会を開催することについて感触をうかがったところ、意匠制度が活発化するならば、と前向きなご反応をいただき、特許・商標弁理士に向けた意匠制度説明会を同会にて企画していただくことになった。

3. 2 開催形式及び実績

日本弁理士会意匠委員会と相談した結果、特許・商標弁理士の皆様に意匠制度を活用するイメージを持っていたくためには、特許庁からの制度説明のみならず、意匠弁理士の皆様が普段どのようにクライアントと接しているか、どのような時にどのような意匠登録出願をしているのかといった、より実践的な内容を盛り込むことが効果的であるとして、この説明会の前半を特許庁からの講演とし、後半を同会所属の意匠弁理士数名と特許庁職員との座談会とする 2 部構成とした。

この企画を検討していた頃は、世界的にコロナウィルス感染症が大流行し、日本でも緊急事態宣言や東京都まん延防止等重点措置が適用され、対面開催での説明会を実施することが困難だったため、前半の講演はオンライン形式とし、後半の座談会も登壇する者のみが日本弁理士会の会議室に集まり、座談会の様子をオンラインにて中継する形式として、令和 4 年 2 月に試行的に開催された。

この説明会、特に登壇者と説明会参加者が積極的にコミュニケーションをとる座談会については大変好評だったことから、翌年 2 月にも同様の説明会が開催された。そして、令和 5 年 5 月にコロナウィルス感染症が 5 類感染症に移行されたことを契機に、徐々に対面での説明会開催が解禁されていく中、地方の弁理士の皆様にも座談会を通じて意匠制度の理解を深めていただこうと、令和 5 年度は、名古屋、富山、岡山、群馬の 4 箇所で対面形式での説明会が開催された。令和 6 年度も、すでに札幌で開催され、名古屋、大阪、高松でも開催予定（名古屋については前年の開催の反響が大きく、再度の依頼を受けての開催）となっている（令和 7 年 1 月初旬時点）。

3. 3 講演テーマ

説明会前半の講演のテーマは、意匠制度に対する誤解を中心に、特許制度と比較した意匠制度のメリット、意匠

権の権利範囲、意匠制度の利活用状況、意匠の類否判断、意匠登録出願への変更、意匠審査の仕組み、開催地域における意匠登録出願状況など、開催回ごとに日本弁理士会意匠委員会と相談しながら開催地域の要望に合わせて組み立てている。本稿では、これまでのすべての講演において扱ったテーマ「意匠制度に対する誤解」について紹介する。

（１）意匠権の活用実態

意匠制度に対する誤解はいくつかあるが、まず「意匠権はあまり使われていない」という誤解が挙げられる。令和5年の知的財産権民事訴訟件数（第一審及び第二審の合計）を権利別に見ると、特許権が78件、商標権が24件、著作権が151件なのに対し、意匠権は1件とかなり少なく（図9）、意匠権侵害の報道を耳にする機会もほとんどないことから、意匠権はほとんど使われていないと誤解されることがある。さらに、使われていないのは、意匠権は取得しても使いにくいからではないかと考える者もいる。

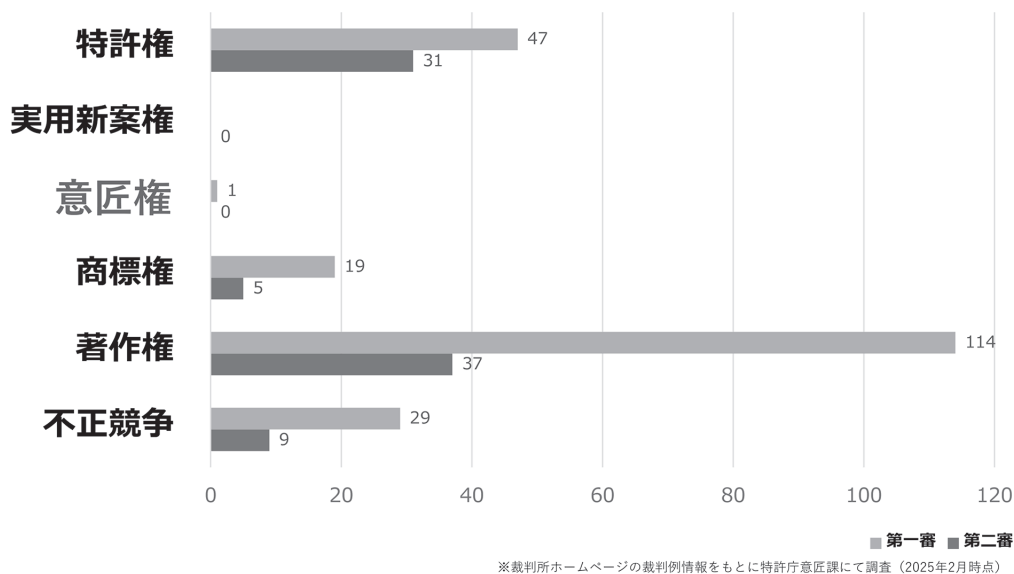


図9⁽⁹⁾ 知的財産権民事訴訟の判決数（令和5年）

しかし、意匠権は、権利に基づいて警告すると相手側が和解に応じ、水面下で決着することが多く、意匠権に基づく侵害訴訟件数が少ないからといって、権利行使されていないわけではない（図10）。また、外観の権利である意匠権を侵害する模倣品は、税関職員にとっても発見しやすいため、水際対策にも有効であり、近年は企業からも注目されている。さらに、最近ではECサイトで販売される模倣品に対する意匠権に基づく削除申請件数も増加している。このように、相手方に対する警告以外の方法でも意匠権が活用されている。

（類似品・模倣品を排除したと回答した141者に対する質問）
過去5年間程度で類似品や模倣品に対して
意匠権について権利行使をした各ケースの件数は？

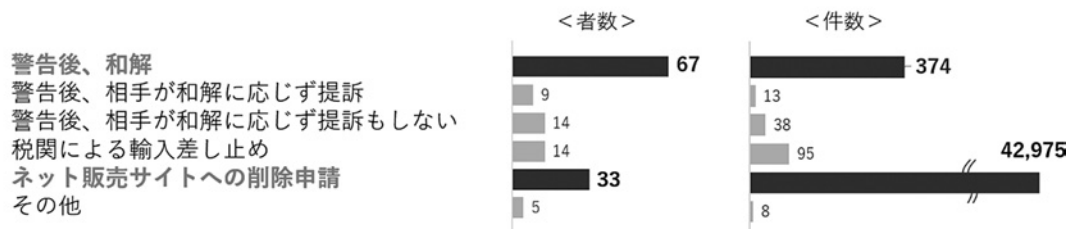


図10⁽¹⁰⁾ 意匠権行使の実態

意匠権は、類似品・模倣品対策に次いで、他者へのけん制もその効果が大きく期待されている（図7）。意匠登録されると、その意匠は意匠公報によって公開され、第三者による意匠権侵害可能性調査の対象となる。古いデータではあるが、過去の特許庁の調査によれば、意匠権侵害可能性調査において他者の意匠権を発見して対策が必要となったことがあるか、という質問に対して、回答者のうち約80%が「ある」と回答しており、その多くが、製

品の設計変更を余儀なくされている（図 11）。第三者が自己の意匠権を発見して設計変更をしたとしても、意匠権者はその事実を認識することができないので、意匠権のけん制効果を実感することができない、という意見もよく聞かれるのだが、数字が示すように、意匠権は強いけん制効果を発揮しているといえる。

製品企画・開発上、調査時に発見した他者の意匠権への対策が必要となったことはあるか？

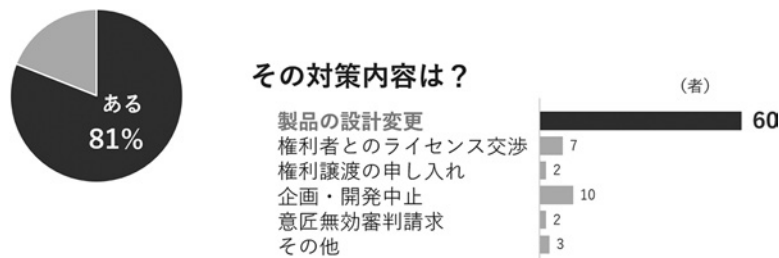


図 11⁽¹¹⁾ 意匠権のけん制効果

(2) 意匠法の保護対象

2 点目としては、「意匠権は技術・機能とは無関係」という誤解が挙げられる。意匠権は「デザイン」を保護する権利として説明されることが多いが、多くの者は、「デザイン」という言葉から、デザイン賞を狙えるような美しい製品の外観、を想起する。また、意匠法上の「意匠」を定義する意匠法第 2 条第 1 項には「美感」という用語があり、意匠法で保護されるには極めて優れた美感を生じさせるものでなければならないと考える者もいる。こうしたことから、デザイナーがデザインしていない製品、例えば多くの BtoB 製品や基礎製品の外観は、意匠権を取得できないと誤解している者も少なくない。

意匠審査基準においては、「意匠法第 2 条第 1 項に規定する美感は、美術品のように高尚な美を要求するものではなく、何らかの美感を起こすものであれば足りる。」とあり、美感の有無も審査項目ではあるが、特許庁の意匠部門に長年従事している筆者の経験上、美感がないことを理由として拒絶された例は一件も承知していない。意匠法の保護対象については、実際より狭く認識されていることも多いので、正しく理解していただいて、意匠制度を効果的に活用して欲しい。

意匠法の保護対象を正しく理解することで、特許権を補完する目的で意匠登録出願を行うことも考えられる。ある製品について特許出願したものの、進歩性がないとして特許請求の範囲を減縮せざるを得ない可能性があるときに、意匠の登録要件さえ満たせば、特許性の有無にかかわらず意匠登録が可能な意匠登録出願を同時に検討したり、実際に特許出願の拒絶理由が届いた後に、意匠登録出願に変更することを検討したりできるようになる。また、意匠登録出願に際しては、使用する素材や製造方法の説明は不要であるため、意匠公報が発行されても技術流出が起こる可能性が低い利点がある。

実際に、機能と密接に結びついた形態を意匠登録している例を紹介する。

まずは、株式会社エンジニアのペンチ「ネジザウルス」の部分意匠の意匠登録例である（図 12）。この「ネジザウルス」は、頭がつぶれて通常のドライバーでは回せなくなったネジを外すことができるのが特徴で、要である

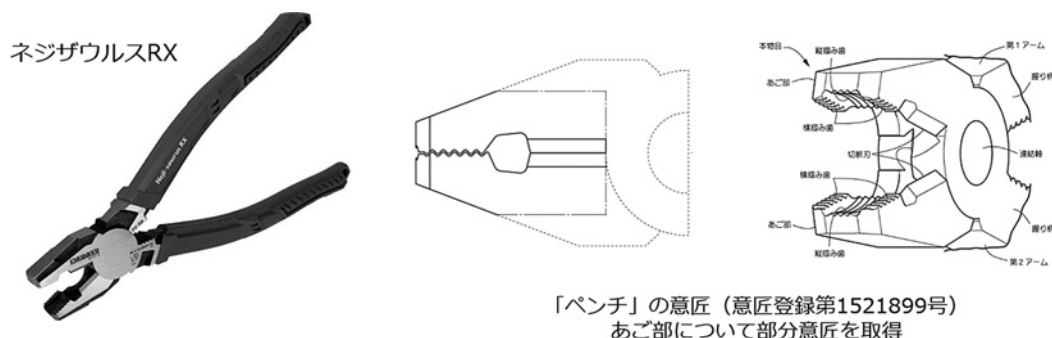


図 12⁽¹²⁾ ペンチの意匠登録例

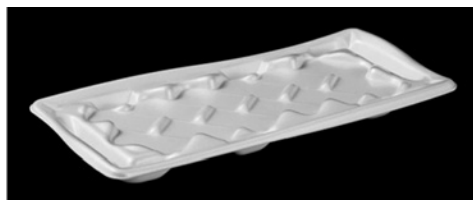
「タテ溝」と「ギア歯」といった機能的に重要な形状を意匠権で保護し、他者に対して効果的なけん制を図っている。

次に、株式会社エフピコの食品トレー容器の意匠登録例である（図13）。握り寿司専用の枠盛シリーズは、底面の凸部や枠の形状によって、誰でもきれいに盛り付けることができ、品出し時や持ち帰り時にもズレにくい機能を実現しており、このトレーの意匠を意匠権で保護している。自社カタログには、意匠登録又は意匠登録出願中である旨を記載し、同業他社へのけん制や、オリジナリティをアピールしている。

枠盛シリーズ



※株式会社エフピコから提供



「包装用容器」の意匠
(意匠登録第1425038号)

図13 包装用容器の意匠登録例

(3) 意匠権によるブランド保護

3点目としては、「意匠権はブランド保護には無関係」という誤解が挙げられる。前述したような、デザインは意匠、ブランドは商標という認識から、このように誤解されることがある。しかし、技術やデザインもブランドを形成する一要素であり、これらを保護することがブランド形成に役立つことがある。

実際に、意匠権をブランド保護に役立てている例を紹介する。

株式会社資生堂は、同社らしさを表した製品パッケージのデザインを意匠権で保護している。自社らしいデザインを独占的に使用できるようにすることで、このデザインは資生堂のデザイン、と消費者に早く認識されるようになるため、こうした意匠保護を積み重ねて自社ブランドを支えている（図14）。



美容液「アルティミューン」



美容クリーム「ラ・クリーム」



包装用容器
登録第1509347号



包装用容器
登録第1535462号

図14⁽¹³⁾ 化粧品容器の意匠登録例

また、久光製薬株式会社は、異なる部位を支えるサポーターのパッケージに共通するデザインを採用して、それらがシリーズであることをアピールしている。こうしたバリエーションのデザインを関連意匠登録することで、自社らしいデザインを保護すると同時に、本意匠と各関連意匠とで共通する部分が、このシリーズデザインの重要な部分であることも伝えている（図15）。

株式会社MTGは、水際対策に意匠権を効果的に活用している。同社は、微弱電流により美容効果を高める美容用ローラーを上市していたが、微弱電流が流れない、内部に水が入るといった粗悪な模倣品が多数流通した。同社は、税関に意匠権に基づく差止申立を行い、日本各地の税関において模倣品の廃棄に成功し、抑止効果を含め、数千万円以上の効果を上げた（図16）。ここで重要なのは、単に模倣品を排除したということのみならず、粗悪な模倣品の流通を止めたことによって、美容用ローラーの一般的なイメージの悪化を防ぎ、真正品のブランドイメージの毀損を回避できた点である。外観のみを真似た粗悪な模倣品は真正品の機能や効能を備えていないため、特許権侵害にあたらない可能性があるが、意匠権であれば見た目が似ていれば権利が及ぶ。粗悪な模倣品の横行によるブ

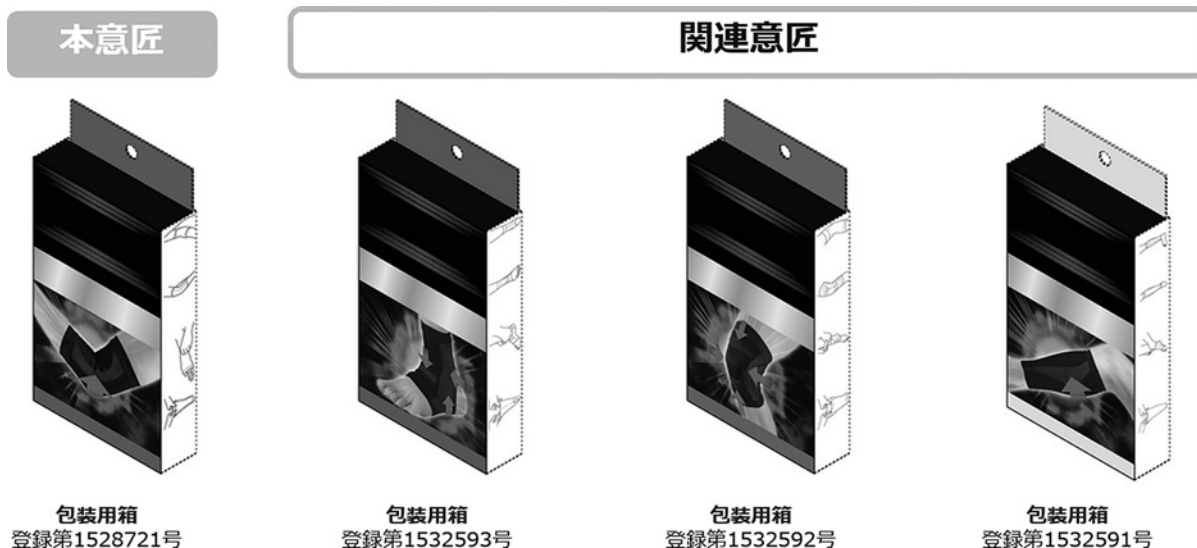


図 15 包装用箱の意匠登録例

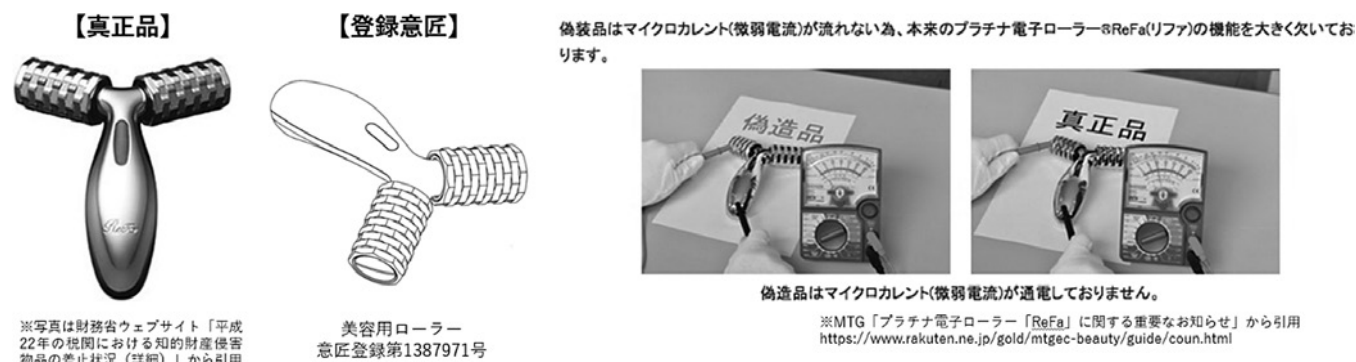


図 16 美容用ローラーの意匠登録例

ランドイメージの毀損や商品に対する信用低下を回避するために、意匠権をぜひ活用して欲しい。

3. 4 座談会

説明会後半の座談会は、会場からの質問をその場で受けて、特許庁職員1名と日本弁理士会意匠委員会所属の弁理士3名（進行役含む）が回答・議論する形式で進行している。質問がないときに備えて、念のために議論するテーマを毎回用意はしているが、これまでの説明会ではほとんど発動したことがない。会場からは、意匠制度についてから出願実務についてまで自由に幅広く質問していただき、然るべき登壇者と1対1でやりとりが終了することもあれば、同一テーマについての特許庁視点と実務家視点の双方からの意見を述べることもある。また、進行の流れの中で、登壇者が他の登壇者に質問するところからはじまる登壇者どうしの議論を会場参加者の目の前で展開することもある。事前にテーマ設定することなく自由に質問可能な形式は他に例がほとんどないことと、他の弁理士の意匠実務の実際の話や直接伺うことができることもあり、この座談会は毎回大いに盛り上がっている。

4. まとめ

特許庁では知財ミックスを推進している。ここでいう知財ミックスは、一つの製品を特許権、意匠権、商標権を組み合わせる複合的に保護することを指すが、知財関連予算が潤沢ではない者にとっては実際には難しい面がある。そうした者にとっては、その者の予算、事業をとりまく状況等を踏まえた上で、製品やサービスについて、特許権、意匠権、商標権、実用新案権、著作権、不正競争防止法、営業秘密等のあらゆる保護手段について多面的に検討し、その者にとって最適な知財戦略を構築することこそが知財ミックスであると、筆者は考えている。

意匠制度は一般的に認知度が低いため、弁理士事務所や INPIT 相談窓口等に知財相談をされる方は、意匠の保護が有効な場合であっても、それを認識せずに特許や商標の相談に来られることがあると聞く。そうした相談を受

ける特許・商標を専門とする弁理士や窓口相談員の皆様が、意匠制度の理解を一層深め、上述のような知財ミックスの実現の一助になっていただくことを期待し、今後も引き続き普及啓発を行っていきたい。

(参考文献)

- (1) WIPO、World Intellectual Property Indicators 2024、P.111
- (2) 特許庁、特許庁ステータスレポート 2024、P.22
- (3) 特許庁、特許行政年次報告書 2024、P.25
- (4) 特許庁、産業構造審議会知的財産分科会第9回財政点検小委員会資料1「特許特別会計の財政運営状況等」、P.8、P.20
- (5) 特許庁、産業構造審議会知的財産分科会基本問題小委員会報告書「ウィズコロナ／ポストコロナ時代における産業財産権政策の在り方 ―とりまとめ―」P.9、P.13
- (6) 特許庁、令和3年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「意匠制度に対する認識及びその利活用のユーザニーズに関する研究」、P.19
- (7) 特許庁、令和3年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「意匠制度に対する認識及びその利活用のユーザニーズに関する研究」、P.23
- (8) 特許庁、令和3年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「意匠制度に対する認識及びその利活用のユーザニーズに関する研究」、P.28
- (9) 裁判所ホームページの裁判例情報（2024年6月時点）をもとに特許庁意匠課にて作成
- (10) 特許庁、令和3年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「意匠制度に対する認識及びその利活用のユーザニーズに関する研究」P.32
- (11) 特許庁、平成22年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「企業の事業戦略におけるデザインを中心としたブランド形成・維持のための産業財産権制度の活用に関する調査研究」P.29
- (12) 特許庁、事例から学ぶ意匠制度活用ガイド、P.38
- (13) 特許庁、事例から学ぶ意匠制度活用ガイド、P.19

(原稿受領 2025.1.8)