

日本における意匠調査のプロセスと留意点

——意匠調査の「縦軸」と「横軸」を意識して——

恩 田 誠*
森 有 希**

抄 録 ブランド戦略やイノベーション創出におけるデザインの見直しされている。意匠制度の利用目的も、単に製品形状を保護するのみにとどまらず、ブランドを育成、保護するような商標的活用や、機能的形状の保護を図るための特許的活用が行われ、出願戦略が多様化している。

このような状況のもと、他人の意匠権を侵害することなくデザイン開発を行うためには、意匠制度への理解を深めるとともに、他法域との境界領域も意識しながら調査を行う必要がある。

その一方で、企業や特許事務所における意匠実務者の数は決して多いとはいえ、特許や商標に比べると、意匠調査に関する情報の蓄積や共有化が十分に行われているとは言い難い。

そこで本稿では、主に意匠実務者にとって有用な情報となることを意図しつつ、意匠調査の基本プロセスを提示するとともに、各プロセスにおける実務上の留意事項を整理した。

目 次

1. はじめに
2. 意匠調査の基本プロセス
3. 〈プロセス1〉検索条件の設定(母集合の絞込み)
4. 〈プロセス2〉意匠検索 (スクリーニング)
5. 〈プロセス3〉検索結果の検討
6. 意匠調査を行うタイミング
7. 他法域に関する留意事項
8. おわりに

1. はじめに

意匠調査が大変だという話をよく耳にするが、なぜだろうか。

ひとつには、特許のように、権利内容が文言で表されていないことがあると思う。

また、意匠制度を取り巻く環境の変化によるところも大きいと思われる。

意匠権の存続期間の延長(平成18年改正)や、画像意匠の保護拡充などにより調査範囲が広が

ったのに加え、昨今では、多くの企業において、部分意匠や関連意匠、秘密意匠制度を活用した緻密な意匠戦略がとられるようになってきている。

また、2018年5月には、経済産業省・特許庁により『「デザイン経営」宣言』¹⁾が公表され、企業のブランド戦略や、イノベーション創出におけるデザインの重要性が見直されている。

意匠制度はいまや、ブランディングや技術開発にも深く関わるものとなっており、商標や、特許・実用新案等との境界も曖昧化しつつある。

このような状況のもとで、意匠調査を適切に進めていくためには、意匠調査の「縦軸」すなわち意匠制度自体の理解に加え、「横軸」すなわち特許や商標等の周辺法への配慮も欠かせないと感じる。

* 特許業務法人 オンダ国際特許事務所 所長
弁理士 Makoto ONDA

** 特許業務法人 オンダ国際特許事務所 意匠商標
本部 弁理士 Yuki MORI

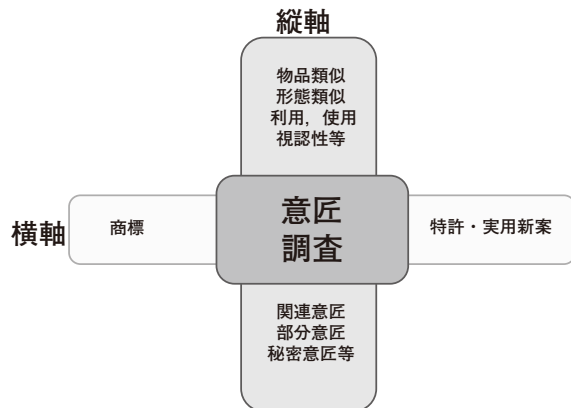


図1 意匠調査の「縦軸」と「横軸」

以上を念頭に置きつつ、本稿では、国内登録意匠調査の基本的なプロセスを明確にするとともに、各プロセスにおける留意事項を整理してみた。

いずれも基礎的な内容が中心となっているが、意匠調査の「縦軸」と「横軸」を俯瞰することによって、漠然とした不安感が払しょくされるとともに、調査の精度を高めるための一助となれば幸いである。

2. 意匠調査の基本プロセス

自らが実施したいデザインが、他人の意匠権を侵害していないかを確認するための意匠クリアランス調査は、使用する調査媒体（J-PlatPat等²⁾）を決定したのち、通常は次のようなプロセスで行われる。

-
- 〈プロセス1〉 検索条件の設定（母集合の絞込み）
 - 〈プロセス2〉 意匠検索（スクリーニング）
 - 〈プロセス3〉 検索結果の検討
-

以下に、各プロセスの概略と留意事項を確認していきたい。

3. 〈プロセス1〉検索条件の設定（母集合の絞込み）

まず行うのは、検索条件の設定（母集合の絞込み）である。

意匠調査に際しては、日本意匠分類やDターム、意匠権者の氏名・名称や、意匠に係る物品、出願日や登録日等の各要素から検索条件を設定することができる。

(1) 調査対象期間の設定

クリアランス調査の場合は、権利存続期間内を調査対象期間とすることが多いが、さらに期間を遡り、権利期間が満了した登録意匠を検索対象に含めることにも一定の意義がある。

すでに権利が消滅して侵害の恐れがなくなった意匠を把握できたり、あるいは、調査結果を検討する際の公知意匠として採用できる可能性があるためである。

(2) 日本意匠分類による検索

国内登録意匠の検索方法として、最も頻繁に行われるのは、「日本意匠分類」による検索であると思われる。

日本意匠分類とは、物品の用途及び、機能に着目して（すなわち製品分野ごとに）付与されるアルファベットと数字からなる分類コードであり、1つの意匠に対し、1つの分類コードが付与される³⁾。

意匠の類否判断は通常、「物品の類否」と「形態の類否」によって行われ、「物品」と「形態」の双方が同一又は類似であるとき、「意匠」が同一又は類似であると判断される（図2参照）。

①物品 ②形態	同一	類似	非類似
同一	意匠が同一	意匠が類似	非類似
類似	意匠が類似	意匠が類似	非類似
非類似	非類似	非類似	非類似

図2 意匠の類否判断マトリクス

したがって、調査の母集合が、調査対象と同一又は類似の物品（の分類コード）を網羅するように検索条件を設定する必要がある。

このとき注意したいのは、分類コードが異なる場合でも、物品が非類似であるとは言い切れないことである。

このため、調査対象となる分類の選定は、意匠の類否判断における物品類否の検討と同様に、物品の機能と用途に着目して、慎重に行う必要がある。

さらに、意匠の「使用」や「利用」についても考慮すべきケースがある。以下、具体例を用いて確認していきたい。

(3) 〈事例検討〉「住宅用カーペット」の調査対象分類検討

ここでは「住宅用カーペット」について、意匠調査を行う場合を想定してみる。

1) 直接対応する意匠分類

日本意匠分類表（図3参照）を見ると、カーペット（＝じゅうたん）に直接対応する現行意匠分類はC1-30～C1-3910である（調査期間によっては対応する旧分類についても調査対象に含める必要がある）。

C1-40～C1-491の「畳、ござ」は、カーペットと用途に一定の共通性があるため類似物品に該当する可能性がある。

そこで、これらを包括的に母集合にするには、検索対象分類を、C1-3またはC1-4のいずれかを含む分類とすればよく、J-PlatPatの意匠分類検索を用いる場合の検索式は「C14? +

C1 寝具、床敷物、カーテン等

意匠分類の記号	意匠分類の表示 Dターム記号/Dタームの表示（付与記号）	この分類に含まれる物品
C1-200	座布団及びクッション	座布団、クッション、円座、抱きまくら、首まくら、足まくら、腰まくら
C1-200AA	平面形状円形・ドーナツ型 *1	
C1-200AB	具象型 *1	
C1-200B	模様有り型	
C1-290	座布団及びクッション部品及び付属品	座布団カバー、クッションカバー、座布団カバー止め具、クッション用充填材
C1-30	じゅうたん、靴ぬぐいマット等	階段用カーペット
C1-310	じゅうたん等	じゅうたん、足ふきマット、もうせん、電気カーペット、電気カーペット用カバー、バスマット、レジャーシート
C1-310A	平面形状方形以外 *1	
C1-310BA	四辺縁模様有り型 *1	
C1-310BB	二辺縁模様有り型 *1	
C1-32	靴ぬぐいマット	靴ぬぐいマット、玄関マット
C1-330	車両用マット	自動車用床敷きマット、車両用マット
C1-330A	一座席用型 *1	
C1-330B	二座席用型 *1	
C1-34	一組の自動車用フロアマットセット	一組の自動車用フロアマットセット
C1-3900	じゅうたん、靴ぬぐいマット等部品及び付属品	滑り止めシート、フロアカーペット用留め具
C1-3900A	金具類 *1	
C1-3900B	長尺型材類 *1	
C1-3910	じゅうたんブロック等	じゅうたんブロック、靴ぬぐいマットブロック、足ふきマットブロック
C1-40	畳、ござ及びむしろ	
C1-41	畳	畳
C1-42	ござ及びむしろ	ござ、むしろ、畳表、花むしろ
C1-490	畳、ござ及びむしろ部品及び付属品	畳連結具
C1-491	畳べり地	畳べり地
C1-500	カーテン、すだれ、のれん、かや等	かや
C1-51	カーテン	カーテン

図3 日本意匠分類表（C1）抜粋

C13?」となる（なお検索式の表記方法は調査媒体によって異なる）。

2) その他の分類検討

さらに、「カーペット、畳、ござ」以外に関連のありそうな分類の有無を検討する。着眼点としては、

- ・用途に共通性のある物品
- ・調査対象製品に用いられる素材や部品などが考えられる。

「用途に共通性のある物品」は、類似物品に該当する可能性がある。本件の場合、電気カーペットや、玄関マット等が該当するが、いずれも、上記の分類（C1-310、C1-32）に含まれている（図3参照）。

「調査対象製品に用いられる素材や部品」に

については、例えば、調査対象がテキスタイル（織物）からなるカーペットであれば「織物地」が該当し得る。

「カーペット」と「織物地」は類似物品とは言い難いが、カーペットの素材となる織物地について意匠権が取得されている場合は、カーペットの製造販売が、他人の登録意匠（織物地）の「使用」に該当する可能性があるため、「織物地」の分類も検索対象に追加すれば、より綿密な調査となる。

具体的には、M1-00（その他の織物地等）、M1-1000（織物地、編物地等）、M1-1100（織物地）を検索対象分類に加えることが考えられる（図4参照）。

なお参考分類に関する情報は、特許庁のウェブサイト上で公開されている「意匠分類定義カード」にも掲載されている³⁾。

3) 母集合のさらなる絞込み

分類検討の結果、検索によるヒット件数が膨大であった場合は、調査を効率化するために、母集合をさらに絞り込むことがある。

調査漏れが生じないように配慮しつつ、母集合を絞り込んでいく方法について具体的に確認していきたい。

① Dタームによる絞込み

Dタームとは、日本意匠分類を、“形態等の特徴”で更に細分化したものである。

図4の織物地の例でいえば、「M1-1100」が織物地に対する日本意匠分類であり、その末尾に付与された「AA（花模様）」や「AC（動物模様）」等がDタームである。

調査対象の形態的特徴が明確なとき、例えば、「花模様のカーペット」が対象である場合は、Dターム（AA）を検索式に加えることで、母集合（ヒット件数）を絞り込むことができる。

② その他の絞込み

この他に、現実の取引の実態に即して、競争関係のない製品分野の意匠分類を調査対象から

M1 織物地、板、ひも等

意匠分類の記号	意匠分類の表示 Dターム記号/Dタームの表示 (付与記号)	この分類に含まれる物品
M1-00	その他の織物地、板、ひも等	人工芝生地、皮革地、毛皮地、織物地
M1-00A	その他の具象模様 (AA, AB, AC 以外)	
M1-00AA	花模様	
M1-00AB	花無し植物模様	
M1-00AC	動物模様	
M1-00B	その他の抽象模様 (BA 以外)	
M1-00BA	縞、格子模様	
M1-00C	凹凸有り	
M1-00D	穴開き	
M1-00E	格子板型	
M1-1000	織物地、編物地等	織物地、編物地、不織布地
M1-1100	織物地	織物地
M1-1100A	その他の具象模様 (AA, AB, AC 以外)	
M1-1100AA	花模様	
M1-1100AB	花無し植物模様	
M1-1100AC	動物模様	
M1-1100B	その他の抽象模様 (BA 以外)	
M1-1100BA	縞、格子模様	
M1-1100C	凹凸有り	
M1-120	編物地	編物地
M1-1210	レース地	レース地

図4 日本意匠分類表 (M1) 抜粋

除外することも考えられる。

例えば、調査対象とした分類のうち、「車両用マット (C1-330)」と、「一組の自動車用フロアマットセット (C1-34)」は、住宅用カーペットの分野と競争関係にないことが明らかであれば、調査対象から外すことも考えられる。

ただし、競争関係がないからといって、争いが生じる可能性が皆無であるとは言いきれないため、慎重に判断すべきである。

(4) クロスサーチの必要性

なお、気になる競合他社が存在する場合は、意匠分類による検索のほかに、その競合他社の社名を検索キーワードとした調査（クロスサーチ）も同時に行うことで、分類検討の漏れを防ぎやすくなる。

このほかに、意匠権者の氏名や名称で検索することの利点として、「秘密意匠」の公報がヒットすることが挙げられる。秘密意匠の公報には日本意匠分類が掲載されていないため、分類

検索では探知できないのである。

なお、競合他社の秘密意匠が存在する場合、秘密期間中（登録日から最長3年）は注意を要する。

秘密意匠の公報には、意匠に係る物品や、図面等の実体的な内容が開示されていないため、調査対象意匠との類否を具体的に判断することはできないが、審査官名や登録日を手掛かりにして、物品分野をある程度推測できることもある。

(5) その他の留意事項

このほかに、調査対象分類を検討するプロセスで迷いが生じやすい点について整理しておきたい。

1) 完成品に使用される部品

完成品に使用される部品についても調査が必要であるか否かは、悩ましい問題である。

例えば、乗用自動車の意匠を実施（製造、販売等）する場合、バンパーやドアパネル等の「外装部品」、シートやインストルメントパネル等の「内装部品」、さらにはエンジンやコンプレッサ、コネクタ等の「内蔵部品」も同時に実施（製造、使用等）することになるが、どこまでを調査対象に含めるべきであろうか。

自社で部品も製造する場合、少なくとも、使用時において視認可能な「外装部品」と「内装部品」については調査対象とすべきである。

一方、内蔵部品については、完成品に内蔵された状態で輸入するようなケース（例えば、液晶テレビにコネクタを内蔵した状態で輸入する場合）において、流通過程で内蔵部品が外観に現れず、取引者、需要者によって外部から視覚を通じて認識されることがない場合は、その流通過程においては、その内蔵部品は意匠権の保護対象とはならないとする判決も出されている（知財高裁平成17年（ネ）第10016号特許権侵害差止等請求控訴事件「プリント配線板用コネクタ」）。

このような判例の立場に立てば、内蔵部品は、流通形態によっては、調査の必要性が相対的に低いという見方もできなくはない。

ただし、最終的な侵害成否はともかくとして、訴えを起こされること自体が企業活動や企業イメージに対するダメージとなりかねないため、クリアランス調査を経た部品や、すでに知的財産権で保護された部品を使用するのが安全だといえる。

2) 画像意匠

画像意匠の日本意匠分類は、画像が使用される物品の意匠分類の末尾に「W」が付されたものである。

画像の意匠は、異なる物品の間で似たような画像が使用されることも多くあるため、調査対象分類を検討するプロセスにおいて、迷いが生じやすい分野ではないかと思う。

例えば、携帯情報端末（スマートフォン）に使用されるカメラの操作画像は、専用機であるデジタルカメラやビデオカメラにおいて使用されることも想定される。

果たして、スマホとデジカメは類似物品であろうか。

一見、非類似物品のようにも思われるが、次のような関連意匠の登録事例が存在している（図5参照）。

本事例は、一つのアイコンと、そこに重ねられた長方形のカーソルを対象とした画像の部分意匠である。

注目すべきは、本意匠に係る物品が「デジタルスチルカメラ」であるのに対し、関連意匠は「携帯電話機」となっている点である。

両意匠の願書の「意匠に係る物品の説明」の欄には、それぞれ複数の機能（画像データの録画再生機能、音声データの録音再生機能、GPS機能、電気通信回線への接続機能等）が記載されていることから、両意匠は実質的に多機能物品であると考えられ、かつ、本意匠と関連意匠



図5 画像意匠（部分意匠）の関連意匠登録事例

の間で、一部の機能（録音再生機能、各種データのストレージ機能）が重複している。

本件のようなデジタル機器においては、意匠に係る物品の名称が単機能物品であっても、実質的には複数の機能を有していることが多い。

そして、上記のような登録例から判断すると、一部の機能が重複していれば、類似物品に該当する可能性があると考えられる。

したがって、画像意匠の調査を行うときは、一部の機能が重複する可能性のある製品分野も検索対象に含めることで、調査の精度を高めることができる。

なお、画像意匠の調査にあたっては、特許庁の外部団体により、画像意匠の検索ソフト「Graphic Image Park」を利用することができる。

(<https://www.graphic-image.inpit.go.jp/>)。

イメージ検索機能や、画像のみのサムネイル表示など、画像検索に特化した便利な機能を有している。

4. 〈プロセス2〉意匠検索(スクリーニング)

検索条件を設定したら、次は意匠検索（スクリーニング）である。本プロセスでの留意事項について確認していきたい。

(1) 調査ポイントを事前確認

スクリーニングにあたっては、やみくもに調査を進めるのではなく、まずは調査ポイントを確認しておくがよい。

調査ポイントとは、スクリーニング時に特に着目すべき特徴部分である。

過去の調査結果の蓄積などから、特定の部位に特徴があることが明らかな場合は、その部分が調査のポイントとなり得る。

また、意匠の類否判断は全体観察を前提としているため、全体の形状も調査ポイントから外せない。

一方、すでに公知となった形状が含まれている場合、それ単独としては調査ポイントにする必要性は低いと考えられる。

ただし、一部に公知の形状を含む場合であっても、物品全体における位置（レイアウト）が斬新であったり、他の形状との組み合わせ方が目新しい場合は、新規な特徴とみなされることもあるので、公知な部分を調査ポイントから単純に除外することはできない。

(2) 広めに抽出する

スクリーニングの段階では、グレーゾーンの登録意匠も広めに抽出しておくのが望ましい。

最終判断の段階（後述する〈プロセス3〉）で、調査対象意匠と、これに特に近い登録意匠との類否判断を行うときに、周辺意匠に関する情報がより多くあった方が、意匠の要部や類似範囲を客観的に判断しやすくなるためである。

(3) 関連意匠

関連意匠の存否は、登録意匠の類似範囲を検討する上での重要な判断材料となるため、スクリーニングにおいて、関連意匠群を、まとまりをもって把握するのが望ましい。

J-PlatPatの意匠公報テキスト検索 (https://www.j-platpat.inpit.go.jp/web/ishou/iskt/ISKT_GM201_Top.action) を利用する場合は、検索オプションとして「○本意匠-関連」を選択すれば、本意匠と関連意匠の代表図の一覧が表示される。

さらには、母集合の中に、複数の関連意匠群が存在する場合、意匠群同士を比較することによって、意匠の要部や、類似範囲の広狭を把握しやすくなることもある。

この際、図6「貼り薬」の意匠マップ例に示すように、調査結果を見やすい形に加工した意匠マップを活用すれば、1件ずつバラバラに関連するよりも格段に判断しやすくなる。

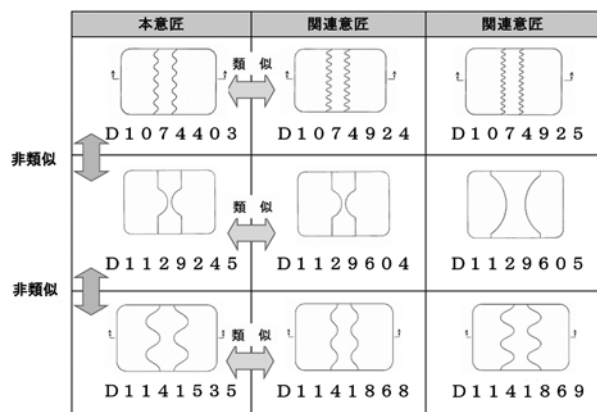


図6 「貼り薬」の意匠マップ例

このマップは、「貼り薬」に関するものであり、3つの関連意匠群が掲載されている。

表の縦列は、互いに独立（非類似）の意匠として登録されていることを示している。横列は、一番左の意匠を本意匠として、同列右側の意匠がその関連意匠として登録されていることを示している。

いずれの意匠も、中央の波状の部分に手をかけて、剥離シートをはがせる構成を有しているが、波の多寡や形状の違いによって、異なる意匠群として登録されており、波状部の具体的態様に意匠の要部があると推認できる。

また、波の凹凸の数（粗密）がどの程度異なれば非類似になるのかということも、関連意匠群同士を比較することで、概ね把握できる。

(4) 参考文献の確認

スクリーニング中に調査対象意匠に近い登録意匠が抽出されたときは、その意匠公報に「(56) 参考文献」が掲載されていないかを確認するとよい（図7参照）。

(56) 【参考文献】 意登1378702 意登1380357
意登1408441 特開昭59-149141

図7 意匠登録第1430546号「貼り薬」の意匠公報における参考文献の欄（抜粋）

参考文献とは、その件の審査において考慮された公知意匠（文献）、すなわち審査官が探知した範囲において、その登録意匠に最も近接した公知意匠に関する情報であると考えることができる。

登録意匠の要部や類似範囲を客観的に把握するためには、この「最も近接した公知意匠」の把握が不可欠といえるから、参考文献の情報は、調査の最終的な判断プロセスにおいて非常に有用な資料となり得る。

また、参考文献に挙げられた意匠公報を閲覧した結果、そこにもさらに、参考文献が掲載されていることがある。

このように紐づけていくことで、芋づる式に、公知意匠を入手できることもあり、それだけで、類否判断の有用な判断材料となることもある。

さらに、参考文献の欄に登録意匠が挙げられていた場合は、公報を閲覧して、どの意匠分類に属するものかを確認してみるとよい。

その意匠分類は、特許庁の審査において、当該分野のサーチ対象になっている分類だと考えられるからである。

もしその意匠分類が、〈プロセス1〉で設定した意匠分類に含まれていなかったら、追加調査の要否を検討する。

このようにして、参考文献に挙げられた登録意匠の意匠分類を確認することで、〈プロセス1〉で検討した調査対象分類が、必要十分な範囲をカバーしているか否かを、今一度、見直すことができる。

5. 〈プロセス3〉 検索結果の検討

調査の最終段階である検索結果の検討プロセスでは、スクリーニングで抽出された登録意匠（主に権利存続中のもの）と、調査対象意匠との類否を判断していくことになる。

(1) 調査対象意匠と、抽出された登録意匠との類否判断

調査対象意匠と、調査の結果抽出された登録意匠との類否は、意匠類否判断の手法にもとづき、意匠に係る物品の性質、用途、使用態様、さらには公知意匠にない新規な創作部分の存否等を参酌して、需要者の注意を惹き付ける部分について要部として把握した上で、両意匠が要部において構成態様を共通にするか否かを中心に観察し、全体として美感を共通にするか否かを

を判断する（東京高判平10. 2. 18自走式クレーン事件他）。

以下、「貼り薬」の事例にもとづいて類否の検討を実際に行ってみたい。

調査対象意匠Aについて調査を行ったところ、登録意匠Bが抽出されたとする（図8参照）。

両意匠を比較すると、次のような共通点と、差異点が認められる。

■共通点

- ・全体が隅丸長形状をなしており、表面に剥離シートが貼付されている点
- ・剥離シートは左右に3分割され、中央の剥離シートは中程がくびれた鼓（つづみ）のような形をしている点

■差異点

- ・意匠Aにおいては、中央の剥離シートの両側に帯状部が設けられている点
- ・意匠Aにおいては、中央の剥離シートと帯状部に濃淡差のある色彩が施されている点

両意匠は、上記のような共通点があるから類似だといえるのか。それとも差異点によって非類似だと判断すべきなのか。1対1の対比により、客観的に判断するのは困難である。そこで周辺意匠を参酌する。

意匠調査でヒットした数多くの登録意匠の中から、意匠Aに関連性のある形態を備える登録意匠を抽出する。それを見やすくまとめたものが、図9のマップである（表の縦列が互いに独立の意匠、横列が関連意匠である）。

これらを判断材料として、意匠Aと意匠Bの類否をより客観的に検討していく。

この意匠マップをみると、意匠Aと意匠Bの共通点である「全体が角の丸い長形状をなしており、表面に剥離シートが貼付されている」「剥離シートが3分割され、中央の剥離シート

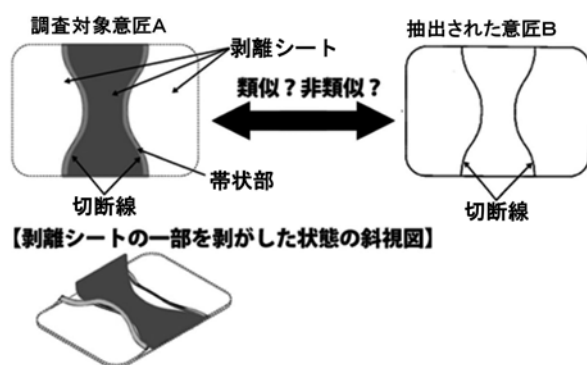


図8 「貼り薬」の調査事例

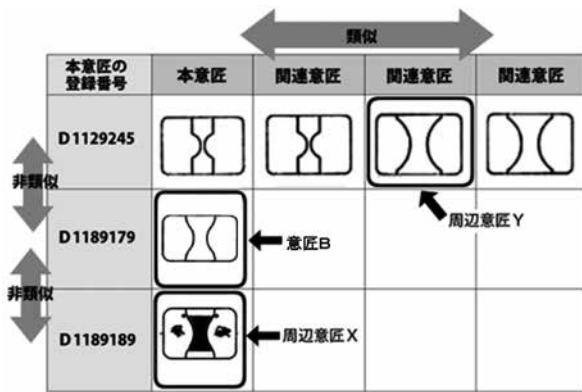


図9 「貼り薬」の意匠マップ例

は中程がくびれた鼓（つづみ）のような形をしている」という構成形態は、周辺意匠Yや、周辺意匠Xにおいても採用されている。

それにもかかわらず、意匠B、周辺意匠X、周辺意匠Yが、それぞれ独立（非類似）の意匠として登録されていることから、上記の共通点は、類否判断においてあまり重視されていないと考えることができる。

むしろ、中央の剥離シートのくびれ方の違いや、シート表面に施された模様や色彩の違いの方が重視され、互いに非類似の意匠と判断されたと考えられる。

つまり、この種の貼り薬の意匠の類似範囲は比較的狭く、意匠の特徴点（要部）は剥離シートの具体的な形状や、模様、色彩にあると考えられるのである。

そして調査対象意匠Aと意匠Bは、このような意匠の要部において違いが認められるため、互いに非類似の意匠と判断し得る。

（なお、意匠Aは特許庁の審査でも意匠Bとは非類似と判断され、意匠登録第1322072号として登録されている。）

このように、周辺意匠を参酌することによって、その意匠の特徴点（要部）がどこにあるかを把握し、類似範囲の広狭を客観的に判断しやすくなる。

なお、意匠の類否判断を適切に行うためには

一定の経験、知識が必要となるため、最終的な判断にあたっては、弁理士による類否鑑定を利用することも一法である。

6. 意匠調査を行うタイミング

(1) 意匠調査を行う時期について

調査の結果次第では、設計変更等の必要が生じるため、他社意匠調査は、できれば量産の準備を行う前に行うのが望ましい。

これを確実に実施するためには、社内的な知財啓発活動や、ワークフローの確立が必要であろう。

なお、調査から販売までの間に実施形状が変更された場合は、変更後の形状について、再度調査を行うのが望ましい。

取り扱う製品分野が一定しているのであれば、定期的に調査を行い、社内的な情報共有を図ることも有益である。

(2) 意匠権をより戦略的に活用するために

冒頭で触れた『「デザイン経営」宣言』でも提唱されているように、昨今では、企業のブランド構築やイノベーションの創造にデザインをもっと活用しようという気運が高まりつつある。

このような観点で意匠権が活用されていると思われる2つの事例を紹介したい。

詳しくは、以下をお読みいただくとして、これらのケースでは、「確実に権利化できるデザインを採用すること」が肝要となる。

そのためには、一般に広く行われている「実施形状決定→調査」という手順を逆転させ、「調査→実施形状決定」というプロセスを採用するのが望ましい。

1) 自動車用フロントグリルのデザイン

本件は、特徴的な糸巻き形状（スピンドル状）のフロントグリルが、特定の車種において、横断的かつ継続的に用いるシンボリックなデザインとして採用された事例であり、デザインによ

ってブランディングが行われた好事例である。

図10に示すように、本事例では、関連意匠を含む8件の部分意匠の権利が取得されている。

これにより、市場において独占的にデザインを実施しやすい状況が確保され、広告宣伝等の効果とも相まって、デザインの有するブランド的価値が高められている。

本件のように、ブランド構築にデザインが活用されるケースにおいては、継続的に同じデザインを採用していくことが大切であるから、中長期的に形状変更を行わないことが前提となる。

さらには、従来に近接したデザインが存在せず、できるだけ広い類似範囲を確保できた方が、他人によって似たようなデザインが実施されることを防止しやすくなる。

このため、デザインが決定する前の段階で意匠調査を行い、一定の類似範囲をもった意匠権を取得できるような形状を採用するのが望まし

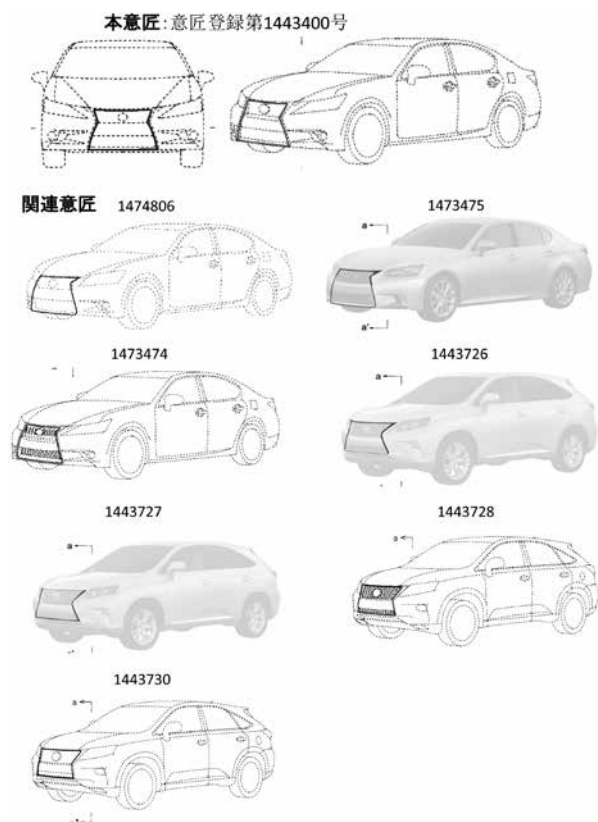


図10 乗用自動車の部分意匠登録事例

いといえる。

2) 電気コネクタ接続部のデザイン

次に示すのは、スマートフォンと周辺機器（イヤホンや充電器等）の接続に用いられる電気コネクタに関する事例である。

スマートフォンがモデルチェンジされたのを機に、電気コネクタの接続部の形状が刷新されたものであるが、製品の販売に先駆けて、接続部の形状について、複数の部分意匠の権利が取得されている（図11参照）。

接続に必要な部位を、部分意匠として権利化することで、他社による互換製品を牽制しやすくなり、非常に有効な意匠戦略であるといえる。

製品形状が決定される前に意匠調査を行い、確実に意匠権を取得できる形状を製品に採用すれば、このような意匠戦略をとりやすくなる。

この2つの事例からもわかるように、「意匠調査→実施形状決定」というプロセスを採ることは、意匠権を含む知的財産権を活用する上で、非常に有効な手段になり得る。

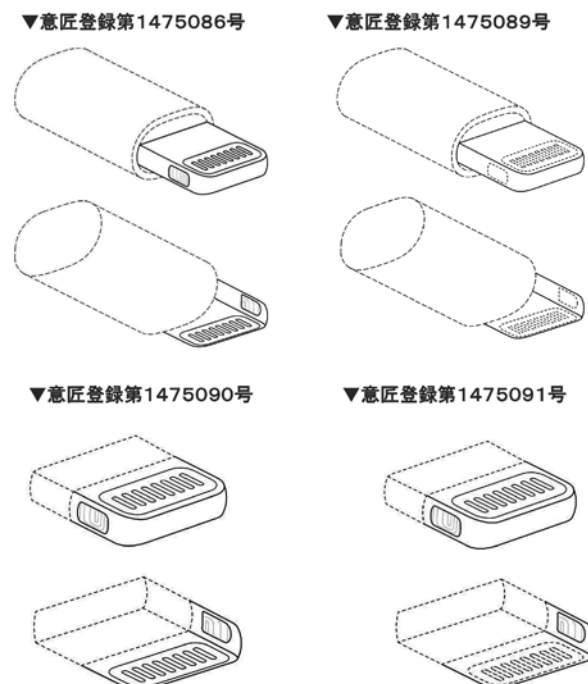


図11 電気コネクタの部分意匠登録事例

7. 他法域に関する留意事項

最後に、意匠調査の「横軸」、すなわち、特許、商標等の他法域との関係について考えてみたい。

上記6. で紹介した事例のように、意匠権が商標的に活用されたり、機能的な形状を保護するために特許的に活用されるケースがあることから、特定の形状が、複数の法域で保護される可能性があることがわかる。

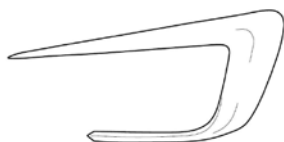
そのため、ある形状について調査を行うときは、別の法域でも権利化されていないかを考慮する必要がある。

(1) 商標権との関係

図12に示すのは、乗用自動車や、その部品を指定商品として、立体商標または位置商標の商標権が取得された事例である。

このうち商標登録第6076621号は、フロントランプの内側に左右対称に配置された略L字状のウインカーランプの位置商標である。

▼商標登録第5713184号
商標タイプ:立体商標
指定商品:第11類, 第12類
乗物用照明器具,
並びにその部品及び付属品ほか



▼商標登録第6076621号
商標タイプ:位置商標
指定商品:第12類 自動車

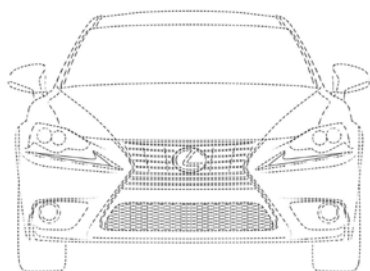


図12 商標登録事例

いずれも、意匠として出願されても不思議のないものであるが、特定の形が継続的に使用されることで識別力が生じ、商標として権利化されている。

このような登録例に触れると、あるデザインの実施の安全性を調査するとき、意匠だけでなく、商標でも調査することの必要性を感じる。

なお、標識保護法である商標法は、新規性が登録要件とされていないため、公開後の出願であっても登録される可能性がある。また、識別力がない等として一旦は拒絶されたものが再度の出願によって登録に至る可能性もある。

この点は創作保護法である特許法や意匠法との大きな違いであるから、調査のタイミングや回数を計る上で意識しておくとうい。

(2) 特許権との関係

機能的な形状に関して特許調査を行う際には以下の点に注意するとよい。

これらは意匠調査の留意点というよりむしろ、特許調査に際して念頭におくべき事項である。

1) 特許性の低い発明等について

ある形状（構成）を実施したい場合に、明らかに、その形状（構成）に特許性がないと見込まれるケースがあると思う。

しかし、もし仮に技術的には公知であったとしても、形状が新規であれば、意匠で登録される可能性がある。

また、ある形状（構成）について特許調査を行い、他人の特許権に抵触しないことを確認できたとする。しかし、その形状が意匠で権利化されている可能性も否定できない。

このような可能性を考慮しないと、他人の意匠権の存在を見落とす恐れがあるため要注意である。

2) 出願変更の可能性について

また、特許調査の結果、特許的には抵触しないと判断できるケースであっても、特許出願中

に意匠を具体的に特定し得る程度に図面等が開示されている場合は、所定の期間内であれば(意匠法第13条)、意匠への出願変更が行われる可能性があるため注意が必要である。

特許から意匠への出願変更が適法なもののみなされるには、原特許出願中に表された意匠と、変更後の意匠が実質的に同一であることが要求される。

しかし実質的同一性に関する判断基準は必ずしも明確になっておらず、明細書や図面全体の記載に技術常識等も加味して個別に判断されているのが現状である。

原特許出願中には、「全体意匠」の図面しか開示されていないものが、その一部を対象とした「部分意匠」として出願変更された事例や、原特許出願には開示されていない図面(側面図等)が変更出願時に追加された事例も存在する。

さらには、このようにして出願変更された意匠に基づき権利行使が認められた例もある((大阪高裁平成24年(ネ)第1872号「角度調整金具」)。

特許出願だと認識していたものが、ある日突然、意匠に変更され、しかも出願日の遡及効が認められるかもしれないという点には十分に注意すべきである。

8. おわりに

本稿を執筆している2018年11月現在、意匠法の改正及び、特許庁意匠審査基準の改訂が検討されており、関連意匠制度や部分意匠制度が大幅に変わることが見込まれる。

また、図面要件が簡素化されるとともに、建物の内装意匠や、光の意匠などを、新たに保護

対象とすることが検討されている。

これに伴い、近い将来、調査方法を見直す必要が生じることが予想される。

本稿の内容はいずれも基礎的なものであるが、このタイミングで意匠調査の基本的事項を確認しておくことにより、来るべき変革に柔軟に対応するための基礎固めとなれば幸いである。

注 記

- 1) 『「デザイン経営」宣言』とは、経済産業省・特許庁が、デザインによる我が国企業の競争力強化に向けた課題の整理とその対応策の検討を行い報告書として取りまとめたものである。

<http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180523002/20180523002-1.pdf>

- 2) 意匠調査を行うために使用する「調査媒体」は、特許庁の外部機関が提供するJ-PlatPat (<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>) の他、民間の調査機関によって運営される商用のデータベースが複数存在する。

J-PlatPatの使用方法については、定期的に主要都市で研修が開催されており、運営者のウェブサイト (<http://www.inpit.go.jp/>) で研修カレンダーや、テキストが公開されている。

また民間の調査機関については、特許庁のウェブサイト上で「特許情報提供事業者リスト集」 (<https://www.jpo.go.jp/toppage/links/johoteikyou/05map.html>) が公開されている。

- 3) 特許庁のウェブサイト上に、日本意匠分類表や、各分類の定義を記載した分類定義カードが掲載されている。

https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/bunrui/isyou_bunrui/index.html

(URL参照日は全て2018年11月15日)

(原稿受領日 2018年11月15日)