

平成20年度
意匠出願動向調査報告書

- マクロ調査 -
(要約版)

<目次>

第1章	調査概要.....	1
第2章	意匠出願動向調査.....	3
第3章	法制度等に関する分析.....	16
第4章	経済・産業状況から見た分析.....	20
第5章	意匠出願動向予測.....	24
第6章	総合分析.....	26

平成21年2月

特許庁

問い合わせ先

特許庁総務部企画調査課 技術動向班

電話：03 - 3581 - 1101 (内線2159)

第1章 調査概要

第1節 事業目的

我が国が国家戦略として目指す「知的財産立国」の実現に向けて、デザインが果たすべき役割への期待は年々高まっており、価値あるデザインを法的に保護する意匠制度に対する期待が大きくなっている。

また、経済活動のグローバル化に伴い、今後は日本国内だけでなく世界規模での意匠出願動向等を視野にいれる必要があり、意匠に関する主要国である米国、欧州はもとより、中国、韓国などのアジアを視野にいれた出願が重要となっている。また、産業分野ごとの状況に応じた個別具体的な対応を図ることも重要である。

本調査は、日本、米国、欧州¹、中国、韓国の登録意匠数、日本意匠分類等を基準にした各国分野別の登録意匠数を抽出することで、それぞれの国における意匠出願動向の特徴を分析すると共に、その背景と考えられる各国の産業状況等について分析するものであり、本調査の結果は特許庁における審査・審判の際の基礎資料、施策の企画立案のための基礎資料となるのみならず、企業等においても研究開発、デザイン開発戦略の策定に役立つものである。

第2節 調査の目的

本調査においては、以下の項目について調査・分析を行った。

- 日本、米国、欧州（OHIM）、中国、韓国（以下、日米欧中韓と称する）の全体及び日本意匠分類毎等の登録意匠数の調査・分析を行う。
- 日米欧中韓における出願動向に影響を与えると考えられる意匠制度及び、デザインを保護する関連法及び各国の運用、審査の状況、施策を比較するとともに、意匠出願に与える影響について分析する。
- 日米欧中韓における出願動向に影響を与えると考えられる経済及び産業の状況を調査し、それが意匠出願に与えている影響について分析する。
- これらの調査・分析に基づき日米欧中韓の将来の出願動向を予測する。
- これらの調査・分析に基づき日米欧中韓の各国・機関への意匠出願等に関連する課題や出願にすることに当たっての留意点を整理する。

¹ 欧州とは特に記述がない限りはEU加盟 27 か国を指す。ただし、昨年度までの調査結果に基づく場合はEU加盟 25 か国を指す。

欧州連合（EU）加盟 27 か国（2008 年 12 月現在）：ベルギー、ブルガリア、チェコ、デンマーク、ドイツ、エストニア、アイルランド、ギリシャ、スペイン、フランス、イタリア、キプロス、ラトビア、リトアニア、ルクセンブルク、ハンガリー、マルタ、オランダ、オーストリア、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、スロベニア、スロバキア、フィンランド、スウェーデン、英国

第3節 調査分析内容

各項目についての調査内容は以下のとおりである。

意匠出願動向調査（第2章）

日米欧中韓における意匠登録状況を以下の事項についての調査を行った。

- 日米欧中韓の意匠登録状況
- 出願先国別意匠登録状況
- ロカルノ分類別意匠登録状況調査

日米欧中韓における意匠出願動向に影響を与えると考えられる法制度等の整理（第3章）

日米欧中韓における意匠出願動向に影響を与えると考えられる最新の運用、施策、審査状況等を整理した。

意匠出願動向に影響を与えると考えられる経済・産業状況、社会状況の調査（第4章）

日米欧中韓における意匠出願動向に影響を与えると考えられる経済・産業状況、意匠出願動向に影響をおよぼしていると考えられる各国・地域の特徴的な社会状況を整理した。

これに加えて、ブランド価値を向上させている企業における意匠登録の状況を整理し、これら企業の意匠出願戦略の特徴の分析を試みた。

意匠出願動向予測（第5章）

既存の分析事例を参考とし、日米欧中韓各庁の日本意匠分類グループ別および全体の意匠出願動向の予測を行った。

総合分析（第6章）

日米欧中韓の意匠出願動向の特徴とその要因を、国内総生産および輸出額との比較等をもとに法制度等の影響を交えつつ分析し、併せて、意匠登録件数上位10者におけるデザインへの取組を分析した。

海外に意匠出願する際の示唆（第7章）

これまでの調査結果をふまえ、日本から海外に意匠出願する際に留意すべき点や課題、示唆等を整理した。

第2章 意匠出願動向調査

第1節 調査概要

1. 対象とする機関

日本（JPO：日本特許庁）・米国（USPTO：米国特許商標庁）・欧州（OHIM：欧州共同体商標意匠庁）・中国（SIPO：中国国家知識産権局）・韓国（KIPO：韓国特許庁）の4か国1機関。

2. 調査項目

登録番号・公報発行日・出願日・優先権主張日・出願人・意匠分類。

3. 調査対象

2007年1月1日～2007年12月31日に意匠公報が発行された意匠。過去数年の経年推移を見るために、各庁のデータベース、および「平成18年度意匠出願動向調査 - マクロ調査 - 」および「平成19年度意匠出願動向調査 - マクロ調査 - 」のデータを利用した。

日本意匠分類においてはA～Nグループ、ロカルノ分類第8版においてはクラス01～31および99を対象とした。

欧州での登録件数は出願の件数ではなく、登録された個々の意匠数を単位とした（つまり、枝番ごとに1件と数える）。

4. 出願人の定義

筆頭出願人を集計の対象とした。

米国登録意匠については、Assigneeを出願人とし、Assigneeの記述がない場合はInventorを出願人とした。

欧州については、欧州連合（EU：European Union）27か国（ルーマニア・ブルガリア含む）を対象とした。欧州連合加盟国の海外領土は含まない。ただし2006年以前に意匠公報が発行された意匠登録件数については、過去の調査の条件に従いルーマニア・ブルガリアを除く25か国とした。Ownerを出願人とし、Ownerの記述がない場合はRepresentativeを出願人とした。

中国には香港・マカオを含む。中国登録意匠は申請人を出願人とした。

5. 分類の付与

（1）日本意匠分類

以下の情報を用いて付与した。

特許庁によりあらかじめ付与されていたもの。

ロカルノ分類 + 物品名から推定（欧州・中国登録意匠のみ）。

個別の登録意匠から推定（欧州・中国登録意匠のみ）。

（2）ロカルノ分類

日本意匠分類 - ロカルノ分類第8版コンコーダンスを利用して付与した。

第 2 節 調査結果

1. 出願先国別登録意匠数・出願人国籍別登録意匠数

図 2-1 に、出願先国別登録意匠数および出願人国籍別登録意匠数を示す。

日米欧中韓全体での 2007 年公報発行の意匠登録件数は、293,946 件である。このうち最も多いのが中国での登録で、131,901 件となっており、日米欧中韓での登録のうち半数近い 44.9% を占めている。ついで欧州での登録（70,322 件；23.9%）、韓国での登録（40,377 件；13.7%）、日本での登録（27,868 件；9.5%）、米国での登録（23,478 件；8.0%）である。

出願人国籍別には、中国籍出願人による登録が 120,483 件（41.0%）で最も多く、次いで欧州国籍出願人による登録（62,770 件；21.4%）、韓国籍出願人による登録（40,533 件；13.8%）、日本国籍出願人による出願（35,313 件；12.0%）、米国籍出願人による登録（22,835 件；7.8%）の順となっており、出願先国別の順位と一致している。昨年度と比較して、日本国籍出願人と韓国籍出願人の順位が入れ替わっており、韓国籍出願人の積極的な登録状況がうかがえる。

2007 年公報発行の意匠が、いつごろ出願されたものかを把握するために、図 2-2 に、出願日 - 公報発行日までの日数分布を示す。調査結果には、出願日から公報発行日までの期間を 30 日単位で集計して図示した。右から順に、0～29 日、30～59 日、…、1,310～1,339 日、1,440 日以上の日数比率を示している。

日本での登録は、おおむね 7 か月～1 年前に出願されたものが大半を占めている。一方米国での登録は、1 年前から 2 年前あたりになだらかなピークが見られるものの、非常に広い時期の出願から構成されている。逆に欧州での登録は無審査ということもあり、40% を超える出願が 30 日以内に登録されている一方で、6 か月以上前の出願はほとんど見られない。中国での登録は、おおよそ 1 年前に出願された意匠の割合が高く、日本での登録における出願時期と大きな相違はない。韓国での登録は日本と類似しているものの、90 日前後に小さなピークが見られる。+30.5% の増大で、40,000 件を超え、日本国籍出願人による登録数を超えている。

図 2-1 出願先国別登録意匠数・出願人国籍別登録意匠数

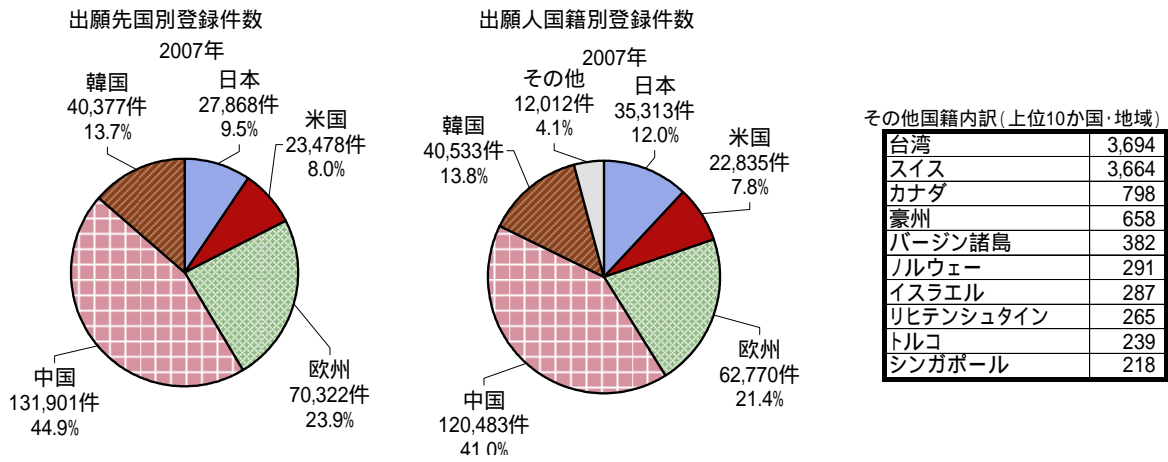
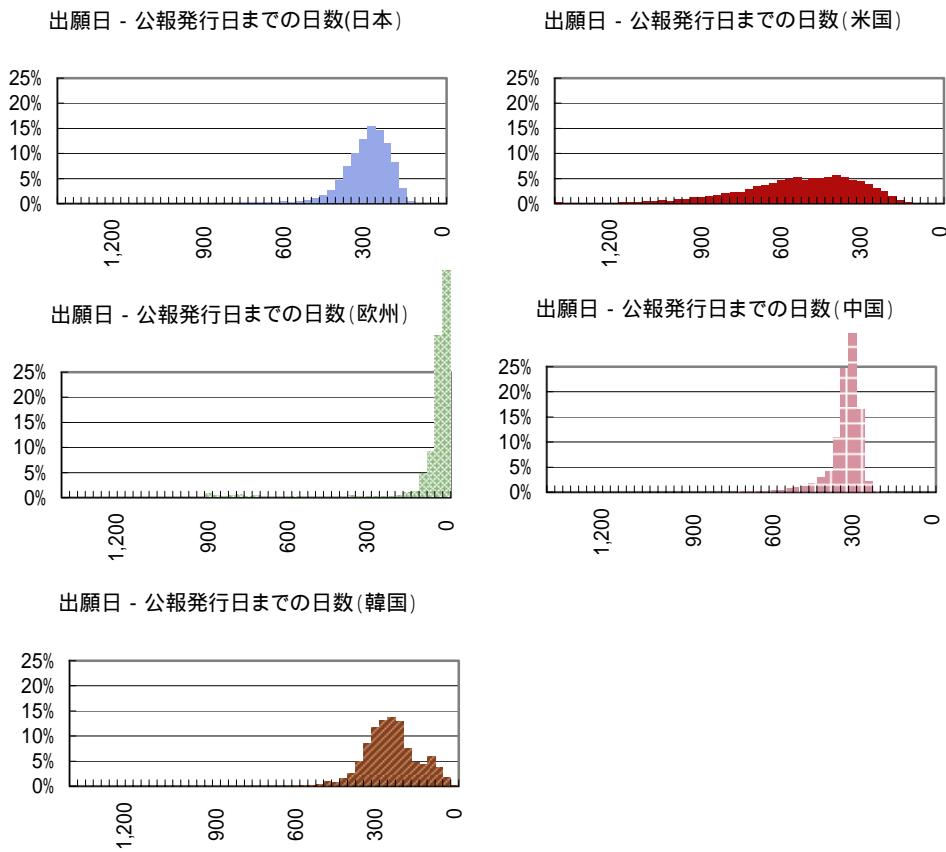


図 2-2 出願日 - 公報発行日までの日数分布



2. 日米欧中韓間の登録意匠数の相関関係

図 2-3 に、2007 年の日米欧中韓間の相関関係を示す。

日本国籍出願人は、米国・欧州・中国・韓国のいずれにも年間 1,000 件以上の登録があり、自国外でも意匠登録を積極的に進めている。特に中国での登録は年間 4,373 件に達している。

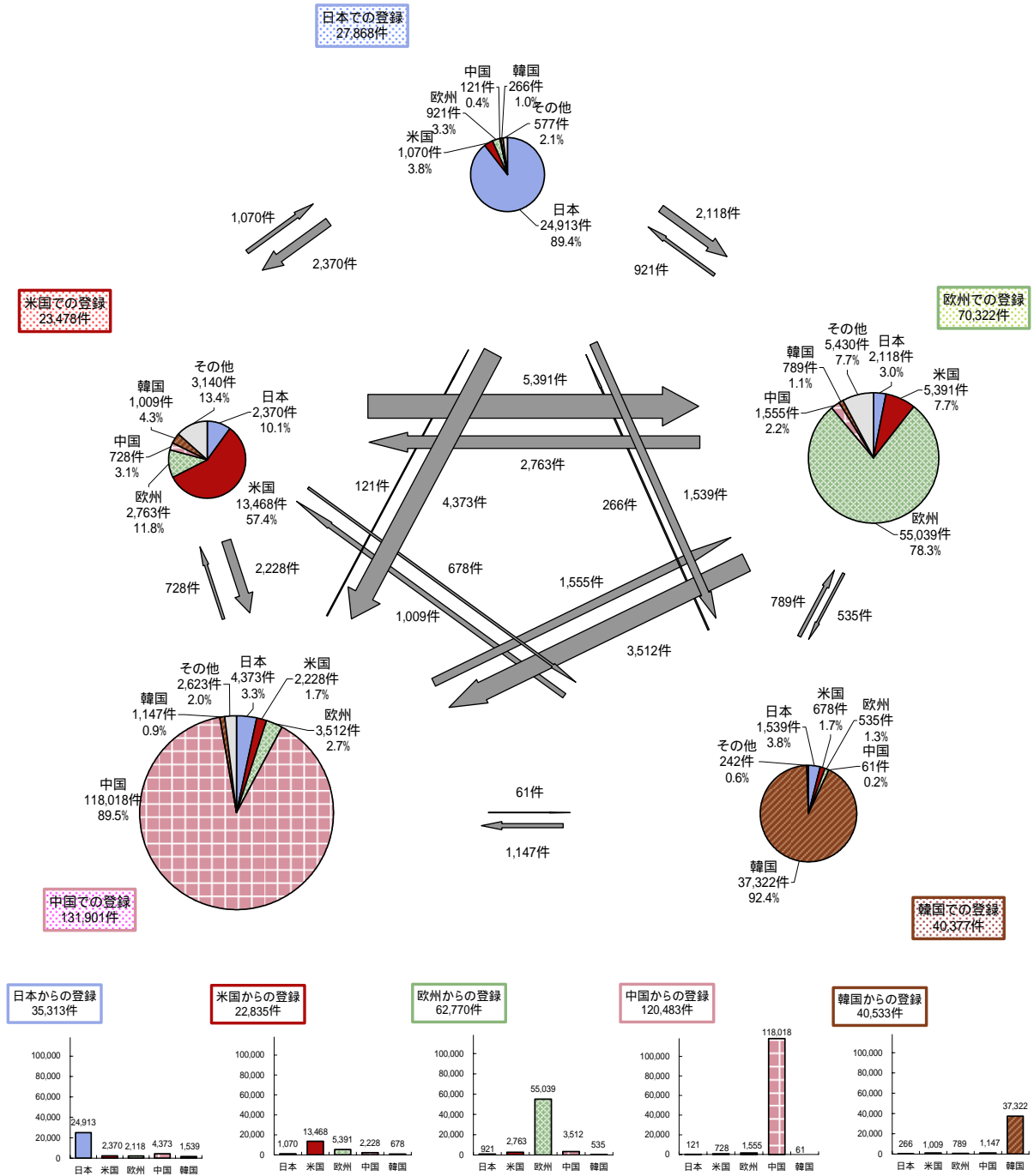
米国籍出願人は、自国での登録の 40% 近くに相当する数の欧州での登録があり、米国企業の欧州との関係の強さをうかがわせる。

中国籍出願人は自国での登録がほとんどであるが、中国と同様無審査である欧州での登録は 1,555 件あり、1,000 件に満たない日本（121 件）・米国（728 件）・韓国（61 件）での登録をそれぞれ 2 倍以上上回っている。

韓国籍出願人は、自国外での登録は日本ほど進んでいない。

出願先国別に見た場合、米国以外の日本・欧州・中国・韓国ではいずれも自国籍出願人による登録で大半が占められているのに対し、米国は日本国籍出願人・欧州国籍出願人を中心とした登録により、全体の約半数が（米国にとっての）外国籍出願人による登録が占めているのが特徴的である。

図 2-3 日米欧中韓間の登録意匠数の相関関係



3. 日本意匠分類グループ別 - 出願先国別登録意匠数

図 2-4 に、日本意匠分類グループ別 - 出願先国別意匠登録数を示す。日本意匠分類は、物品の用途や機能に応じて「グループ」「大分類」「小分類」から構成されており、以下の分析ではグループ別に見ていくこととする。

Aグループ（製造食品及び嗜好品）・Bグループ（衣服及び身の回り品）は、欧州での登録が最も多く、日米欧中韓の半数近くを占める。ついで中国・韓国・米国・日本の順となっている。ライフサイクルが短い製品が多く、審査の有無が登録件数に影響を及ぼしているものと考えられる。

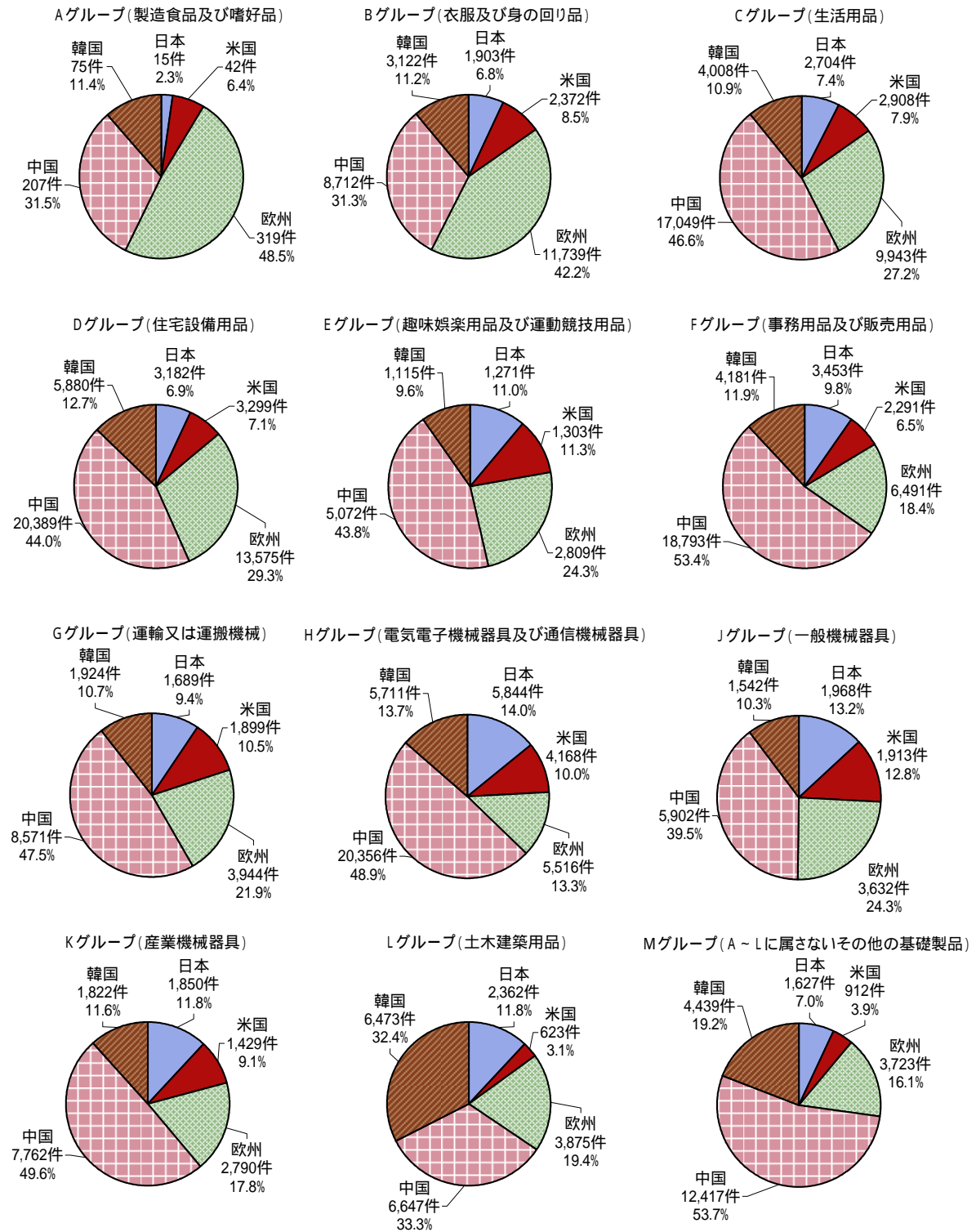
Cグループ（生活用品）・Dグループ（住宅設備用品）・Eグループ（趣味娯楽用品及び運動競技用品）・Gグループ（運輸又は運搬機械）は、いずれも、中国での登録が最も多く、日米欧中韓の半数近くを占める。ついで欧州・韓国・米国・日本の順となっている。

Hグループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）は中国・日本・韓国・欧州・米国の順になっている。日本での登録比率が 14.0% を占め、全グループ中で最大である。

Jグループ（一般機械器具）は米国での登録比率が 12.8% となっており、この値は全グループ中で最大である。

Lグループ（土木建築用品）およびMグループ（A～Lに属さないその他の基礎製品）では韓国での登録比率が高い。特にLグループは中国での登録（6,647 件；33.3%）に匹敵する 6,473 件（32.4%）もの登録がある。

図 2-4 日本意匠分類グループ別 - 出願先国別登録意匠数



4. 日本意匠分類グループ別 - 出願人国籍別登録意匠数

図 2-5 に、日本意匠分類グループ別 - 出願人国籍別意匠登録数を示す。

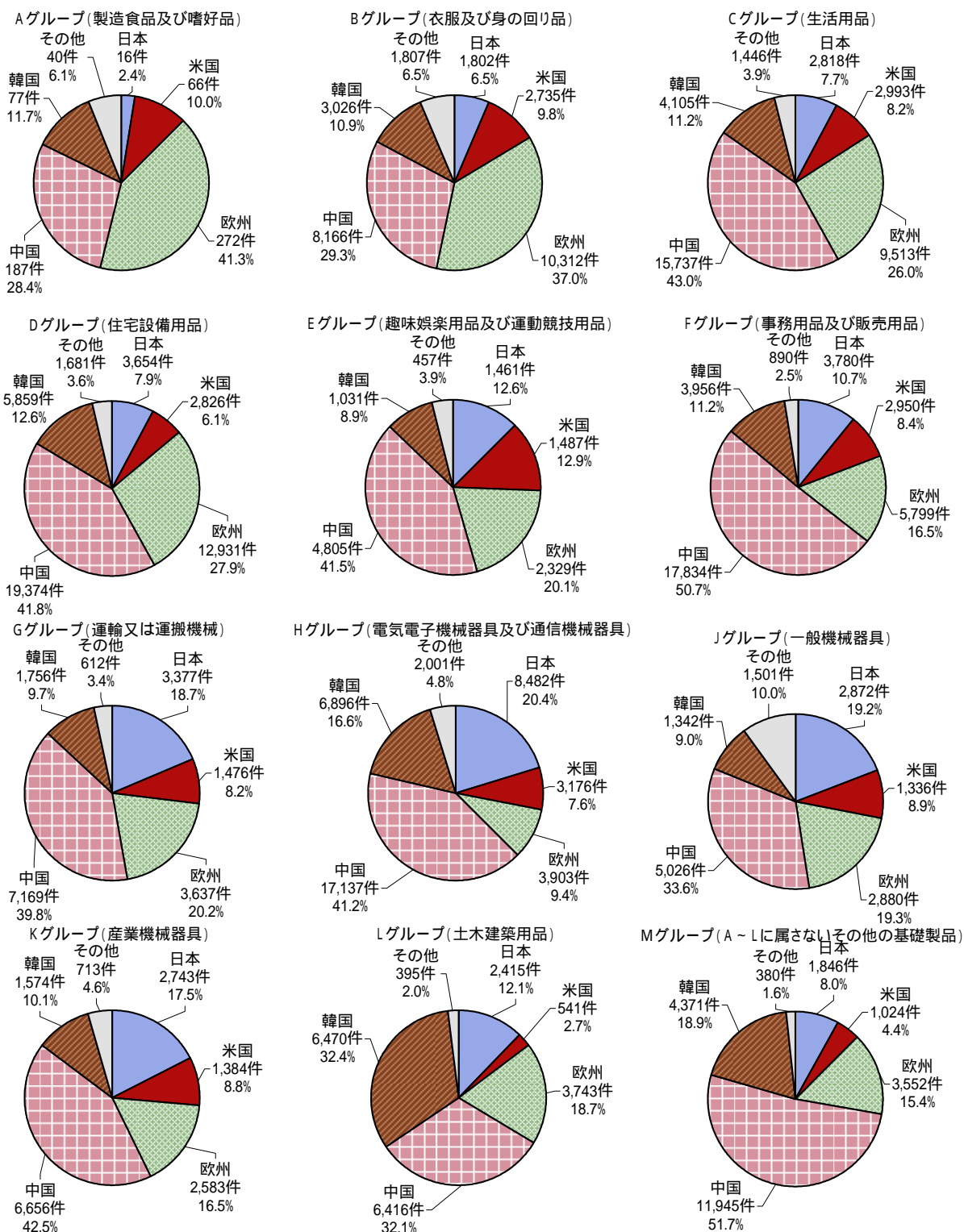
Aグループ（製造食品及び嗜好品）・Bグループ（衣服及び身の回り品）は欧州国籍出願人の登録が多い（Aグループ 272 件（41.3%）、Bグループ 10,312 件（37.0%））。

Eグループ（趣味娯楽用品及び運動競技用品）では米国籍出願人が全グループ中最大の 12.9%の登録比率となっている。

Gグループ（運輸又は運搬機械）は、中国籍出願人・欧州国籍出願人・日本国籍出願人の順となった。2006 年公報発行意匠では日本国籍出願人・欧州国籍出願人・中国籍出願人の登録がほぼ並んでいたが、2007 年には中国籍出願人による登録が急増し、全体の 39.8%を占めるまでに至っている。Hグループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）は日本国籍出願人による登録が全体の 20.4%を占め、全グループ中最大を占めている。

Lグループ（土木建築用品）は韓国籍出願人による登録が多く、中国籍出願人による出願を上回っている。Mグループ（A～Lに属さないその他の基礎製品）は中国籍出願人による登録が、全グループ中最大の 51.9%を占めている。併せて、韓国籍出願人による登録が多い（4,371 件；18.9%）。

図 2-5 日本意匠分類グループ別 - 出願人国籍別登録意匠数



5 . 意匠登録上位 20 者

意匠登録上位 20 者を表 2-1 に示す。

日本での登録上位は、すべて日本企業が占めている。

米国での登録は、米国企業が 11 社あり過半を占めるものの、日本企業が 5 社、欧州企業が 1 社、韓国企業が 2 社など、自国外の企業が 9 社含まれていることが特徴である。

欧州での登録は、欧州域内の企業が 14 社を占めている。

中国での登録は、17 者が中国籍出願人で占められている。最も多い社団法人浦東新区工程師協会は、技術者の協会で、他の企業や個人との共同出願により大きく登録件数を伸ばしている。個人が 20 者中 5 者を占めているのも特徴である。

韓国での登録は、サムスン・エレクトロニクス・カンパニー・リミテッドとエルジー・エレクトロニクス・インコーポレイティドの家電 2 社と、株式会社エルジー化学の計 3 社が圧倒的な数を行っている。韓国籍以外では、10 位にマイクロソフト・コーポレーション、13 位にトヨタ自動車株式会社が入っているのみである。

サムスン・エレクトロニクス・カンパニー・リミテッドとエルジー・エレクトロニクス・インコーポレイティドは、韓国以外でも、米国・欧州・中国でも意匠登録上位 20 者に含まれており、世界的に意匠登録を進めていることが分かる。

表 2-1 意匠登録上位 20 者

順位	日本での登録		米国での登録		欧州での登録		中国での登録		韓国での登録	
	出願人名	件数	出願人名	件数	出願人名	件数	出願人名	件数	出願人名	件数
1	松下電器産業株式会社(パナソニック株式会社)(日)	914	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	600	リーカー シュー アーゲー(Rieker Schuh AG)(スイス)	869	社団法人浦東新区工程師協会(Shanghai Pudong Engineers Association)(中)	2,056	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	1,194
2	シャープ株式会社(日)	459	マイクロソフト コーポレーション(Microsoft Corporation)(米)	309	エグロ ロイヒテン ゲーエムペーハー(EGLO LEUCHTEN GMBH)(奥)	626	重慶長安自動車股份有限公司(Chana International Corporation)(中)	513	エルジー エレクトロニクス インコーポレイティド(LG Electronics Inc.)(韓)	784
3	松下電工株式会社(パナソニック電工株式会社)(日)	417	ソニー株式会社(日)	219	ザ プロクター アンド ギャンプルンカンパニー(The Procter & Gamble Company)(米)	596	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	478	(株)エルジー化学(LG Chem)(韓)	680
4	株式会社岡村製作所(日)	355	ナイキ インコーポレーテッド(Nike, Inc.)(米)	212	インテリアズ エスアールエス(INTERIOR'S SAS)(仏)	471	上海題橋紡績染紗有限公司(Shanghai Tiaqiao Textile & Yarn Dyeing Co., Ltd.)(中)	359	(株)アモレーパシフィック(AMOREPACIFIC CORP.)(韓)	296
5	三洋電機株式会社(日)	348	ザ プロクター アンド ギャンプルンカンパニー(The Procter & Gamble Company)(米)	185	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	448	力帆実業(集团)有限公司(Lifan Industry (Group) Co., Ltd.)(中)	356	(株)デーウー エレクトロニクス(Daewoo Electronics Corp.)(韓)	262
6	三菱電機株式会社(日)	276	エルジー エレクトロニクス インコーポレイティド(LG Electronics Inc.)(韓)	179	ベーエスハー ボッシュ ウント ジーメンス ハウスゲレーテ ゲゼルシャフト ミット ベンシュレンクテル ハフツング(BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH)(独)	412	奇瑞自動車有限公司(Chery Inc.)(中)	338	(株)ベクサン商社(Baeksan Trading Co., Ltd.)(韓)	241
7	株式会社三共(日)	200	ウォルバリン ワールドワイド インコーポレーティド(Wolverine World Wide, Inc.)(米)	163	ブランコ ゲーエムペーハー ウント ツェーオー カーゲー(BLANCO GmbH + Co KG)(独)	381	衣恋時装(上海)有限公司(The E.LAND Group)(中)	303	(株)エルジー生活健康(LG Household & Healthcare Ltd.)(韓)	214
8	新日軽株式会社(日)	190	松下電器産業株式会社(パナソニック株式会社)(日)	125	マイクロソフト コーポレーション(Microsoft Corporation)(米)	349	松下電器産業株式会社(パナソニック株式会社)(日)	302	個人(韓)	187
9	リンナイ株式会社(日)	190	グッドイヤー タイヤ アンド ラバーカンパニー(The Goodyear Tire & Rubber Company)(米)	124	トゥーン ソチエタ ベル アッチオーニ(THUN SPA)(伊)	337	青島金王応用化学股份有限公司(Qingdao Kingking Applied Chemistry Co., Ltd.)(中)	292	現代モータース株式会社(Hyundai Mobis)(韓)	187
10	未来工業株式会社(日)	189	本田技研工業株式会社(日)	122	クレアション ネルソン(CREATION NELSON)(仏)	311	エルジー エレクトロニクス インコーポレイティド(LG Electronics Inc.)(韓)	270	マイクロソフト コーポレーション(Microsoft Corporation)(米)	186
11	株式会社東芝(日)	176	ブラック アンド デッカー インク(Black & Decker Inc.)(米)	104	エルメス セリエ(Hermes Seller, société par actions simplifiée)(仏)	310	好孩子児童用品有限公司(中)	267	ハンファ エル アンド シー(株)(Hanhwa L&C)(韓)	186
12	ソニー株式会社(日)	173	ブラザー工業株式会社(日)	99	リドル スティフツング ウント ツェーオー カーゲー(Lidl Stiftung & Co. KG)(独)	305	美的集团(ミデア)有限公司(Midea Group)(中)	258	現代自動車株式会社(Hyundai Motors Company)(韓)	164
13	本田技研工業株式会社(日)	171	コーラーカンパニー(Kohler Co.)(米)	96	ナイキ インターナショナル リミテッド(Nike International Ltd.)(米)	304	個人(中)	254	トヨタ自動車株式会社(日)	163
14	コクヨ株式会社(日)	163	トゥルー シーティング コンセプト エルエルシー(True Seating Concepts, LLC)(モリシャス)	90	ピルグリム エイエス(Pilgrim A/S)(デンマーク)	280	個人(中)	250	(株)ラインテクスタイル(韓)	158
15	株式会社イトーキ(日)	162	フォード グローバル テクノロジーズ エルエルシー(Ford Global Technologies, LLC)(米)	88	ビレロイ&ボッホアーゲー(Villeroy & Boch AG)(独)	267	個人(中)	242	CJ株式会社(CJ Cheil Jedang Corporation)(韓)	156
16	大日本印刷株式会社(日)	152	スリーエム イノベイティブ プロパティーズカンパニー(3M Innovative Properties Company)(米)	82	ミニコンフ エス アール エル(MINICONF S.r.l.)(伊)	266	個人(中)	242	(株)ユンハプ照明(YUONHAP LIGHTING CO., LTD.)(韓)	144
17	株式会社NAX(日)	140	トヨタ自動車株式会社(日)	77	イーエム エクスポート リミテッド(EM EXPORT LTD)(英領バージン諸島)	249	上海聯衆実業有限公司(中)	231	(株)ユニオンランド(UNION LAND CO., LTD.)(韓)	135
18	東洋製罐株式会社(日)	137	コーニンクレッカ フィリップス エレクトロニクス エヌ ヴィ(Koninklijke Philips Electronics N.V.)(蘭)	74	ダイムラーアーゲー(Daimler AG)(独)	248	華為技術有限公司(Huawei Technologies Co., Ltd.)(中)	227	個人(韓)	135
19	積水樹脂株式会社(日)	135	ルートロン エレクトロニクスカンパニー インコーポレイティド(Lutron Electronics Co., Inc.)(米)	72	アイエイチアール アイディール ホームレンジ イングリッド リック(IHR Ideal Home Range Ingrid Rick)(独)	248	個人(中)	224	(株)ニューグリーンバレー(New Green Valley)(韓)	133
20	ブラザー工業株式会社(日)	132	ミンカ ラइटニング インコーポレーティド(Minka Lighting, Inc.)(米)	71	ヴェルツブルク ホールディング エスアール(WÜRZBURG HOLDING S.A.)(ルクセンブルク)	246	上海頂新箱包有限公司(Shanghai Newest Luggage Co., Ltd.)(中)	217	個人(韓)	133

6．出願人分布状況

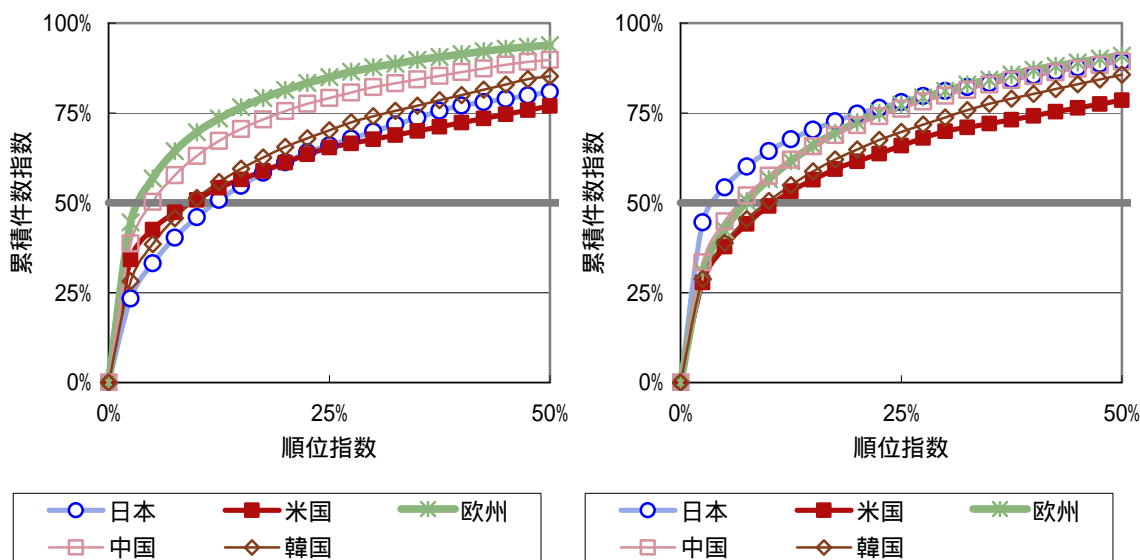
意匠登録の出願人は、一般に、多数の登録を行う少数の出願人（以下「上位出願人」と記す。）と、少数の登録を行う多数の出願人（以下「下位出願人」と記す。）から構成される。ここでは、「上位出願人」（2007年の登録意匠件数上位から全体の50%を占める順位までの出願人）と「下位出願人」（上位出願人以外の出願人）別に登録件数を集計し、各庁・各日本意匠分類グループの特徴を示す。

結果の一例を図2-6に示す。図の横軸は、登録件数の多い順に並べた時のある出願人の順位を比率で表しており（例えば、出願人総数が1,000者で、登録件数が第250位の者は「25%」のところに位置している）、縦軸は第1位の出願人からその出願人までの登録件数の累計を比率で表している（例えば、第1位の出願人の登録件数から第250位の出願人の登録件数を累計すると、全体の70%を占めるのであれば、グラフは(25%, 70%)の点にプロットされることになる）。

一般的には、日本・欧州での登録では上位出願人への集中が進んでいる一方で、米国での登録はほとんどのグループで上位出願人への集中が進んでいない傾向がある。中国・韓国での登録はその中間である。ただし、Bグループ（衣服及び身の回り品）などでは、欧州では上位出願人への集中が進んでいるのに対し、日本では上位出願人に集中していない傾向が見られる。これは、欧州と日本の登録件数の違い（例えばBグループでは欧州での登録は11,739件、日本での登録は1,903件；図2-4参照）ことと関連があると考えられる。また、米国においてもHグループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）は例外で、日本・韓国並みに集中が進んでいる。これは米国で登録している日本国籍出願人や韓国籍出願人が多いことと関係があるものと考えられる。

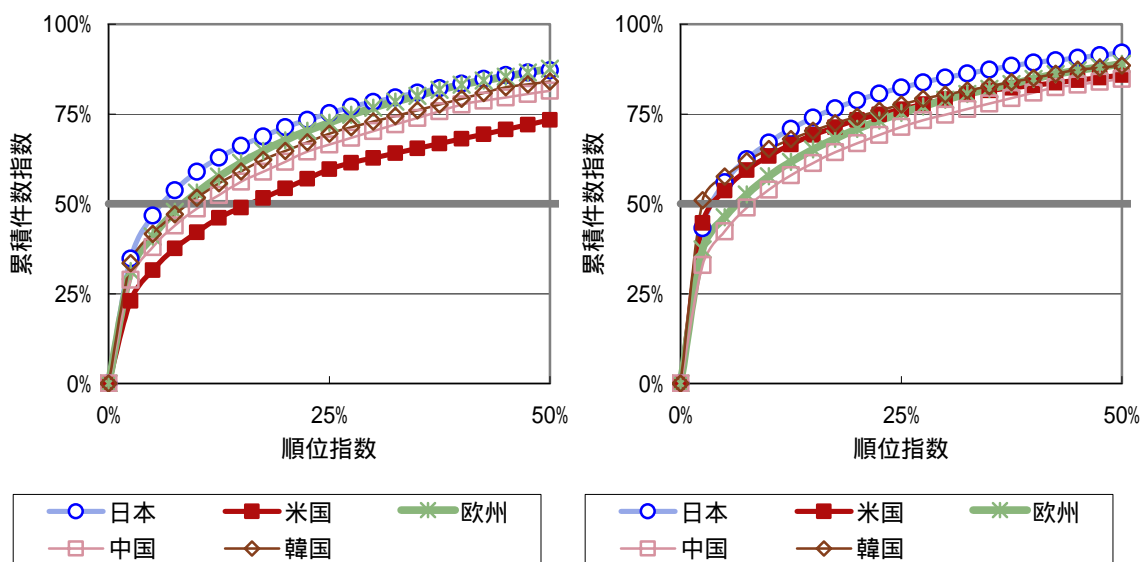
図 2-6 出願人分布状況

(Bグループ (衣服及び身の回り品)・Dグループ (住宅設備用品))



	日本	米国	欧州	中国	韓国		日本	米国	欧州	中国	韓国
出願人数	730	1,096	1,208	1,788	922	出願人数	689	1,419	1,892	4,213	1,577
上位出願人	88	103	41	87	86	上位出願人	25	149	139	282	153
	12.1%	9.4%	3.4%	4.9%	9.3%		3.6%	10.5%	7.3%	6.7%	9.7%
下位出願人	642	993	1,167	1,701	836	下位出願人	664	1,270	1,753	3,931	1,424
	87.9%	90.6%	96.6%	95.1%	90.7%		96.4%	89.5%	92.7%	93.3%	90.3%

(Fグループ (事務用品及び販売用品)・Hグループ (電気電子機械器具及び通信機械器具))



	日本	米国	欧州	中国	韓国		日本	米国	欧州	中国	韓国
出願人数	887	1,220	1,429	6,965	1,331	出願人数	817	1,183	1,013	6,222	1,317
上位出願人	53	194	121	756	120	上位出願人	29	45	64	497	29
	6.0%	15.9%	8.5%	10.9%	9.0%		3.5%	3.8%	6.3%	8.0%	2.2%
下位出願人	834	1,026	1,308	6,209	1,211	下位出願人	788	1,138	949	5,725	1,288
	94.0%	84.1%	91.5%	89.1%	91.0%		96.5%	96.2%	93.7%	92.0%	97.8%

第3章 日米欧中韓における意匠出願動向に影響を与えると考えられる法制度等の整理

第1節 日米欧中韓における意匠制度の比較

日本および米欧中韓の意匠制度について、我が国意匠法との比較の観点から整理を行う。なお、欧州については、欧州共同体意匠制度の内容に加え、同制度が適用される国のうち主要4か国（ドイツ・フランス・英国・イタリア）の国内意匠制度についても特に概観する。

1. 米国

米国特許商標庁（USPTO）による審査・登録に基づき、意匠特許権（Design Patent）として登録日から14年にわたって保護される。日本と同様、有体物性を前提とする「物品（article）」概念が導入されているが、実務では物品性の解釈は弾力的に行われており、その点で我が国よりも保護対象となるデザインの範囲は広い。例えばコンピュータ画面に表示されるアイコンについて、意匠図面にてコンピュータ画面を破線で描画し、アイコンのみをクレームするという手法によって意匠特許権による保護を可能としている。その他、我が国や他の主要国と異なり、出願においては先創作主義を採用しているほか、取得後の権利についても意匠特許表示義務が課せられている。

2. 欧州（欧州共同体）

無審査登録制度を採用しており、欧州共同体域内市場調和庁（OHIM）による方式審査を経て「登録共同体意匠（RCD: Registered Community Design）」として、欧州連合（EU）加盟国内で出願日から最長25年の保護が受けられる。さらに、創作と同時に無方式で権利が発生する「非登録共同体意匠（UCD: Unregistered Community Design）」も認められており、当該デザインが最初にEU域内の公衆に利用可能となった日から3年にわたって保護される。保護対象に関しては、我が国と異なり有体物性を前提としない「製品（product）」概念を導入しており、ロゴマークやアイコン、書体（タイプフェイス）といった無体物の外観も保護が可能であるため、意匠権の対象範囲は大変広いものとなっている。

3. 欧州（ドイツ・フランス・英国・イタリア）

欧州では、EU加盟国全域で効力を有する共同体意匠制度と、各国で通用する国内意匠制度が両立している。加盟国のうちドイツ・フランス・英国・イタリアとも、現在までに自国意匠法の改正を行い、保護対象や保護要件・権利期間といった主要な規定の大半について、無審査登録を前提とする共同体意匠制度との整合性を確保している。なお英国では、無方式で権利が発生する「非登録デザイン権（Design Right）」による保護を独自に認めている。

4. 中国

無審査登録制度を採用しており、中国国家知識産権局（SIPO）による方式審査を経て、意匠特許権（外観設計専利）として出願日から10年にわたって保護される。我が国意匠制度と異なり、保護要件は新規性のみであり、創作非容易性等の要件を必要としない。また新規性判断の基準も、刊行物は国内外公知である一方、公知に関しては国内基準であるため、外国で既に使用（公然実施）され公知となっているデザインについても、中国国内では意匠登録

が可能である。なお、2008年12月に根拠法である専利法が改正されたため、2009年10月1日に予定される同法の施行以後は、上記内容に一部変更が生ずるので注意が必要である。

5．韓国

韓国特許庁（KIPO）による審査・登録に基づき、「デザイン権」として登録日から15年にわたって保護される。保護要件については我が国とほぼ同一であるが、保護対象にはアイコン等の画像デザインが含まれるほか、書体（タイプフェイス）についても例外的に物品と擬制して保護されるなど、その範囲は我が国よりも広がっている。またライフサイクルが短い一部の製品等のデザインについては例外的に無審査登録を認めており、方式審査及び限定的な実体審査のみで権利取得が可能である。

第2節 日米欧中韓における意匠制度以外のデザイン保護制度の比較

デザイン保護に資する意匠法以外の法制度（標識法・著作権法・トレードシークレット法・水際制度等）について、各国ごとに比較する。

1．商標法

我が国では、立体的形状を持つデザインについては「立体商標」として、商標権として登録を受けることで保護されうる。同様の規定は欧州・中国・韓国の商標法でもみられる。また米国においても、商品の包装や形状にかかるデザインは「トレードドレス（Trade dress）」として、連邦商標法（ランナム法）による保護を受けることができるが、当該商標は我が国のように審査・登録を経る必要は無く、(1)当該標章が機能的形状でないこと、(2)識別性を有すること、(3)盗用行為による混同のおそれ、の各要件を満たせば当該盗用行為の差止や損害賠償請求が可能である。

2．不正競争防止法

我が国では、他人によるデザイン（商品等表示）の無断利用や、他者の商品の形態を模倣して販売等を行うというような不正行為に対しては、不正競争防止法に基づき、当該不正行為の差し止めや損害賠償、また信用回復措置を請求することができる。同様の規定は韓国（不正競争防止及び営業秘密保護法）および中国（反不正当竞争法）でもみられるが、中国の場合は商品形態の模倣（デッドコピー）を規制する条項を有しておらず、ゆえに有効な模倣品対策たりえていないとの指摘がある。

3．著作権法

製品デザインは、思想や感情の創作的表現という側面を有していることから、著作物として著作権による保護の可能性がある反面、意匠権による保護との境界が問題となり、特に応用美術の保護をめぐる各国で議論がある。この点、我が国では応用美術のうち量産品のデザインについて、高度の美的創作性があれば著作権で保護されるとの裁判例がある。また欧州でも、国によって内容に差はあるが、著作権による応用美術の保護を認めている。韓国では、著作物として保護される応用美術の定義にデザインが含まれることが明記されている。

第3節 日米欧中韓におけるデザイン関連施策および最近の立法動向の整理

日米欧中韓における、意匠制度に関連する最近の立法や施策のうち、意匠出願動向に影響を与えると考えられる主なものの内容を整理する。

1. 日米欧中韓における最近の立法動向

日本では、2006年に「意匠法等の一部を改正する法律」が成立し、意匠権の保護期間が従来の15年から20年に延長されたほか、画面デザイン保護の拡充、また部分意匠および関連意匠・秘密意匠に関する手続きの見直しや、模倣品対策のための刑事罰の強化等が図られている。

欧州では2007年9月に、欧州共同体が意匠の国際登録制度であるヘグ協定（ジュネーブ条約）を批准したため、EU加盟国の国民は、2008年1月の同協定発効とともに、世界知的所有権機関（WIPO）に対して意匠の国際登録を行うことが可能となった。また欧州共同体意匠制度のうち登録共同体意匠（RCD）について、一定の条件を満たす意匠出願については登録までの期間を大幅に短縮する「Fast-Track」制度が2008年9月より開始されている。

韓国では、2007年にデザイン保護法の一部改正が行われ、秘密デザインの請求可能時期につき、「出願と同時」から「出願から登録料納付時まで」に延長されたほか、放棄または拒絶された出願の先願性を排除し、それらと類似する後日の出願は拒絶されることなく登録を受けられるようにした。さらに、一部物品について行われている「デザイン無審査登録制度」について、無審査登録出願であっても創作非容易性の要件については実体審査を行うこととし、当該デザインが韓国国内で広く知られた形状や模様、色彩に該当する場合には、創作性が希薄であるとして登録を拒絶されるものとした。

2. 欧州及び米国におけるスペアパーツ問題

欧州および米国においては、自動車の修理用部品（スペアパーツ）を意匠権による保護から除外する動きがあり、その背景となる事情や現在の動向は以下の通りである。当初は欧州でなされていた議論が米国にも波及した形となっている。

（1）欧州におけるスペアパーツ問題

欧州においては、スペアパーツの意匠保護の可否は共同体意匠制度が構想段階にあった1990年代前半からの懸案事項となっており、加盟国間での制度の調和が図られないまま、現在まで制度的相違が解消されずにいる。この結果、スペアパーツを保護対象に含める国とそうでない国との間で製品の価格差が生じることとなったため、欧州委員会は、左記のような域内の障壁を取り除くことによってスペアパーツの市場を拡大させる必要があるとし、スペアパーツの意匠保護を認めている現行の共同体意匠指令の改正を企図した。意匠指令改正案は2004年9月に欧州委員会から提案され、長期の議論を経て、2007年11月に欧州議会（法務委員会）で採択された後、同年12月に欧州議会の第一読会で採択された。今後は閣僚理事会における審議に移る予定である。

（2）米国におけるスペアパーツ問題

米国においては、スペアパーツの流通をめぐって、デザイン開発に要した多額の投資を回収したい自動車メーカー側と、低コストの非純正品を利用したい消費者及び保険会社側の利

害対立を背景として、2008年3月に、修理目的でのスペアパーツの製造販売等を意匠特許権侵害から免責する内容の特許法改正案が、連邦議会（第110議会）の下院に上程された。しかし、大統領選挙等の政治情勢の影響のためか、本法案に関する審議は停滞し、選挙後の残り会期（レームダックセッション）においても具体的な動きは無く、その後廃案となった模様である。

3. 中国における専利法第三次改正

中国では、特許法・実用新案法・意匠法にあたる専利法の改正（第三次改正）について、2008年12月に改正法案が全人代常務委員会にて可決・成立し、2009年10月より施行される予定である。改正後の専利法では、意匠制度についても従来の規定が以下のように改められており、中国へ意匠出願を行う場合には、改正後の内容に十分留意する必要がある。

- 意匠の実施行為の見直し
実施行為に「販売の申し出」を追加
- 意匠登録要件の明確化・厳格化
世界公知公用（絶対的新規性）の基準を採用
登録要件に「創作非容易性」を追加
表示機能のみを持つ平面印刷ラベルを意匠権の保護範囲から除外
- 関連意匠制度の導入
ひとつの出願中に複数の類似意匠を記載可能
- 「公知意匠の抗弁」を明確化

第4節 ロカルノ分類（第9版）の整理

2009年1月より利用が開始された「ロカルノ分類（第9版）」について整理する。

国際的に統一された意匠分類であるロカルノ分類については、2008年末まで「第8版」が通用していたが、WIPO内の「ロカルノ同盟専門家会議」において新版の検討が行われ、以下のような内容を盛り込んだ「第9版」が新たに制定された。

- 装飾デザインや画像意匠（グラフィックシンボル、ロゴ等）のための新クラス（"CLASS 32 Graphic symbols and logos, surface patterns, ornamentation"）の創設
- クラス 99-00 の削除及びクラス 99-00 に含まれていた indication of goods の他のクラスへの再編成

上記の第9版は、2009年1月1日以降にWIPOになされた意匠出願およびその登録案件から適用されている。

第4章 意匠出願動向に影響を与える経済・産業状況、社会状況

第1節 日米欧中韓におけるマクロ経済・産業状況

日米欧中韓におけるマクロ的な経済・産業状況を明らかにし、意匠出願動向の背景を分析する基礎とする。

経済活動の指標の一つとして、国内総生産(GDP)に注目すると、欧州、中国、韓国はGDPの伸び率が高く、なかでも中国は顕著であることがわかる(2003年から2007年の5カ年での成長率は、それぞれ欧州47.9%、中国99.9%、韓国59.4%)。いずれの伸びも、サービス業セクターよりは製造業セクターの伸びが要因であることがうかがえる。

輸出入額に注目すると、日米欧中韓と世界全体との間の輸出入額は、日米欧中韓いずれにおいても増加傾向にあるが、中でも中国、韓国の輸出入額の増加が著しい。日米欧中韓の間での輸出入額は、米欧間、中国から米国、中国から欧州へは製造物品の活発な輸出入が見られた。とくに、中国からの輸出入額が顕著に伸びている。また、米国から中国への輸出も大幅に増加している。

経済のパフォーマンスを測る指標として労働生産性に注目すると、中国で生産性の向上が顕著であり、韓国もそれに次いでいる。

産業財産権の利用状況に注目すると、特許出願件数は、日本、欧州(英国、フランス、ドイツ、スペインおよび欧州特許庁(EPO))では2001年以降横ばい傾向がうかがえるが、米国、中国、韓国では出願件数の伸びが顕著である。商標登録出願件数は、日本、米国、OHIM、中国、韓国のいずれも増加傾向にあるが、中でも中国は顕著である。実用新案登録件数(ただし、日米欧中韓のうち日本、中国、韓国および欧州の一部に限られる)は、横ばい、または、微減傾向を示す国がほとんどであるが、中国のみ急激な伸びを示している。

第2節 日米欧中韓の特徴的な経済・産業状況、社会状況

日米欧中韓の経済・産業状況、および、社会状況の特徴を整理し、各国・地域の意匠出願動向の特徴の分析の基礎とする。

1. 日本

産業構造に注目すると、製造業では、とりわけ、自動車産業に大きな強みがある。日米欧中韓の中での製造物品の輸出額に注目すると、日本は、米国(1,424億ドル)、中国(1,276億ドル)、欧州(1,040億ドル)(それぞれ2007年)に対して幅広く輸出を行っている。他方、輸入額は中国からが1,140億ドル(2007年)と抜きんでている。

他方、プロダクト・デザインに関する状況に注目すると、デザイン業の市場規模は約2兆4,000億円(2000年)と推計され、1995年に比べると市場規模を2,000億円ほど拡大させている。デザインの高等教育として、近年、独立したデザイン学科を備えた大学等が増えてきている。しかし、分野ごとの専門的なデザイン手法を学ぶことに重点がおかれ、経営感覚を持ったデザイナーを育てるような統合的教育は多く行われていないのが現状である²。

² 近畿経済産業局 「近畿におけるデザインビジネスの活性化方策に関する調査報告書」

2. 米国

産業構造に注目すると、GDP 構成比でみる産業構造としては 3 次産業が日本、欧州、中国、韓国に比べ圧倒的に高い。2002 年からの推移をみると、サービス産業の GDP は減少を見せしており、製造業の伸びがこれを補う形となっている。製造業の生産額に注目すると、化学製品製造業が最も大きく、次いで、食品・飲料・タバコ製品、コンピュータ・電子製品が続いている。製造製品の主要な取引先は欧州に偏重している。

産業財産権の活用状況に注目すると、特許権、商標権の出願件数はともに増加傾向にあり、その伸び率は日本、欧州と比較すると大きい。

他方、プロダクト・デザインに関する状況に注目すると、インダストリアルデザイナーの数は約 48,000 人（2006 年）であり、その給与水準は平均的な世帯に比べ高い。

3. 欧州

産業構造に注目すると、国民一人当たりの GDP や GDP 構成比で見た産業構造は日本に近い。ただし、失業率の高さが顕著である。日米欧中韓の中での製造物品の輸出額に注目すると、米国（3,010 億ドル）への輸出が顕著であり、次いで中国（847 億ドル）（いずれも 2007 年）となっている。他方、輸入額は、中国（3,044 億ドル）が抜きんでており、次いで、米国（2,064 億円）、日本（1,040 億円）（いずれも 2007 年）と続いている。

他方、プロダクト・デザインに関する状況に注目すると、イギリスのように政府としてデザイン振興に力を入れる国を構成国に含んでいるほか、デザイン・マネジメントに関する教育機関を複数有することや、ミラノ国際家具見本市など世界的に極めて著名な見本市も少なくないことが特徴である。

4. 中国

産業構造に注目すると、2007 年段階において、直近の数年間の GDP の伸びが著しく、10% 台の推移を続けてきたことが特徴である。日本、米国、欧州からの輸入が増えているが、それ以上に、米国、欧州、韓国への輸出が増えている。

特許、商標の出願件数に注目すると、特許、商標とも出願件数が急増傾向にあり、その伸び率は日本、米国、欧州、韓国と比較すると圧倒的に大きい。

他方、プロダクト・デザインに関する状況に注目すると、国家としてデザイン産業振興を明示している。しかし、経営者のデザインに対する理解の不足もあり、インダストリアルデザインを専攻して卒業しても就職先が少ないとの報告もなされている³。

5. 韓国

産業構造に注目すると、GDP 構成から見た産業構造は 2 次産業が強く、日本、米国、欧州に比べて 3 次産業が弱い。主要な輸出先は中国、欧州であり、その輸出額、対 2003 年度の伸びとも著しい。輸入は日本と中国が中心である。

他方、プロダクト・デザインに関する状況に注目すると、1997 年に「工業デザイン促進法」を設けるなど、国家としてデザイン産業振興に力を入れている。例えば、サムソン・エレクトロニクスは経営戦略としてプロダクト・デザインを重視していることがうかがえる。

³ 近畿経済産業局・前掲注 2

第3節 主要なグローバル企業の動向

企業価値を向上させている企業⁴の意匠出願戦略につき、国・地域の違いに応じた出願動向、事業・製品分野に応じた出願動向、の2つの観点から分析を行った。

なお、分析にあたり財務諸表より得た売上額のデータを用いているが、決算期の時期は企業毎に異なっており、登録意匠の分析対象である2007年1月～12月と一致していないこと、グループを形成している企業において、財務諸表の連結対象としている企業と、登録意匠を活用している企業が必ずしも一致していないことには留意が必要である。

このため、本分析を解釈する際は、データの精度が荒いものであることに留意し、傾向をうかがう材料に留める必要がある。

1. 国・地域の違いに応じた意匠出願動向分析

グローバル企業においても事業展開先地域には企業戦略上の偏りがある。そこで、売上額を代理指標として、事業展開先地域の偏りを考慮した分析を行った。具体的には、庁別意匠登録件数と、各社の国・地域別の売上額構成比率とを比較した。

その結果、以下の5点の傾向がうかがえた。

- ・ 分析対象とした米国籍企業のうち、意匠登録を知的財産戦略上重視していないと考えられる企業(ここでは、日米欧中韓での意匠登録件数の総数が30件以下の企業をみならず。以下、同じ。)を除くと、10社中7社が、欧州での意匠登録件数が他の国・地域に比べ多い傾向があり、とりわけ、自国(米国)での意匠登録件数より多い。
- ・ 日本国籍企業は、分析対象6社いずれも日米欧中韓それぞれでの意匠登録を行っており、米国、欧州、韓国、中国での意匠登録件数が概ね等しい傾向が見られた。
- ・ 地域別の売上額が判明している分析対象企業のうち、意匠登録を知的財産戦略上重視していないと考えられる企業19社に着目すると、米国籍・欧州国籍企業9社中5社では、自国以外の国・地域、とりわけ、欧州または中国において、当該国・地域での売上額に比べた当該国・地域での意匠登録件数が、自国・地域での売上額に比べた自国・地域での意匠登録件数に対して顕著に多かった。しかしながら、日本国籍・韓国籍企業ではそのような例は見られなかった。
- ・ 自動車業界では、日本国籍・米国籍・欧州国籍企業は、分析対象7社中6社が中国での意匠登録を行っており、その登録件数は自国・地域での意匠登録件数の半数以上であった。電機業界では必ずしもこのような傾向を認めることは出来なかった。
- ・ 電機業界では、日米欧中韓で少なくとも4国・地域での意匠登録を行っている企業のうち、米国籍・欧州国籍・韓国籍企業9社中6社が、米国・欧州・中国・韓国での意匠登録件数に比べ、日本での意匠登録件数が少ない。このような傾向を他の業界で認めることは出来なかった。

⁴ 企業価値の指標として、評価に基づいた企業ブランド力に着目することとし、ブランド力を高めることにデザインがどの程度貢献しているのかという視点から分析を行った。
(参考：米国インターブランド社 (<http://www.interbrand.com/>) Best Global Brands 2008)

2. 事業・製品分野の違いに応じた意匠出願動向分析

グローバル企業においては、多角的な事業展開を行っていることが少なくなく、同一業種にあっても、異なる製品分野を展開している可能性があることを考慮する必要がある。そこで、各社の主要事業の売上額構成比率と、それら事業に対応する意匠分類をひも付けし、構成比を比較した（ただし、主要事業と意匠登録との対応は、日本意匠分類小分類1桁での対応づけのため、精度の荒いものになっていることに十分な留意が必要である）。

その結果、以下の4点の傾向がうかがえた。

- ・ 最終製品で著名な企業であっても、部品、包装に対する意匠登録を行っている傾向がうかがえる。具体的には、自動車業界では、分析対象企業のいずれも自動車部品に係る意匠登録を行っている。電機業界では、分析対象企業20社のうち16社で、汎用性の高い物品である、電子部品（基本的電気素子）および電子情報処理・記憶機械器具に係る意匠登録が行われている。その他の業界では、分析対象企業5社のうち4社で容器・包装に係る意匠登録を行っている
- ・ 分析対象企業のうち3社では、わが国で意匠登録を行うことが出来ない、ロゴ、外観、グラフィック・インターフェース等の意匠登録件数が、全意匠登録件数の約10%～20%を占めている。
- ・ 自動車業界では、米国籍・欧州国籍企業による自動車および自動車部品に係る意匠登録件数が、日本国籍・韓国籍企業による意匠登録件数に比べ少ない。主要な事業に関する意匠登録件数が国籍により異なる傾向は他の業界では認められなかった。
- ・ 電機業界では、展開する主要な事業・製品分野においておおむね意匠登録を行っている。分析対象企業20社のうち2社では、事業・製品分野ごとの売上に比例した意匠登録を行っている傾向がうかがえる。

第5章 意匠出願動向予測

第1節 概要

本調査で集計した2007年公報発行の意匠登録件数、および平成18年度・平成19年度「意匠出願動向調査 マクロ調査」で取得した2005年～2006年公報発行の意匠登録件数データ(中国・韓国は2006年公報発行のみ)を用いて、日米欧中韓の将来の意匠登録件数を出願年ベースで予測した。

予測対象年次は、2008年～2010年(出願年ベース)の3年間とした。

第2節 予測手順

2005年～2007年の出願四半期別登録件数の推定

2007年公報発行登録意匠は、出願日のデータを用いて、出願四半期×公報発行四半期別に集計した。2006年公報発行意匠および2005年公報発行意匠については、登録日の四半期別に集計した後、2007年公報発行意匠の出願日分布を四半期ベースで当てはめて推定した。

さらに、「2005年出願 2005年公報発行」および「2005年～2007年出願発行 2008年以降公報発行」(＝つまり「滞貨分」)をトレンドから推定した。

これらを加算して「2005年～2007年の出願四半期別登録件数」とした。

2008年～2010年の出願年別登録件数の予測の考え方

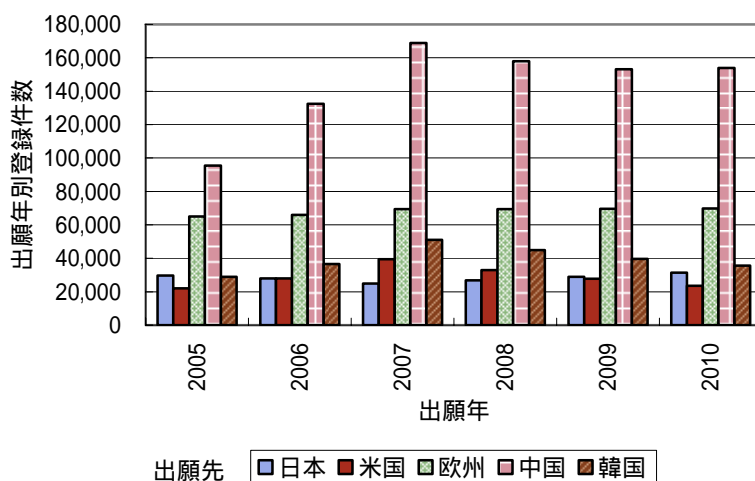
「意匠登録件数と経済成長との関係は短期的には変動があるものの、中長期的には同じ傾向を示す」という考え方の下、「2005年～2010年の意匠登録件数伸び率は同期間の国民総生産成長率と一致する」という条件を満たすよう、2008年以降の意匠登録件数の伸び率を設定した。

第3節 予測結果

日米欧中韓の各庁における、出願年別登録件数の予測結果を図5-1に示す。

2006年から2007年にかけて、米国・欧州・中国・韓国の多くの分類で、経済成長を大きく上回る登録件数があった。その反動に加え、今後の世界的な景気減退傾向を受けて、2008年以降の出願において、登録件数は各庁とも横ばいか漸減傾向になるものと予想される。

図5-1 意匠出願動向予測結果



	2005	2006	2007	2008	2009	2010
日本	29,788	28,037	24,990	26,859	28,993	31,435
米国	22,044	27,897	39,456	32,943	27,733	23,587
欧州	65,026	65,867	69,421	69,375	69,503	69,814
中国	95,507	132,389	168,794	158,013	153,221	154,024
韓国	28,931	36,666	51,001	44,837	39,774	35,571

第6章 総合分析

第1節 日米欧中韓における意匠出願動向の特徴分析

日米欧中韓の意匠出願動向の特徴とその要因の分析を、GDP および輸出入額との比較から、法制度、経済・産業状況、社会状況を加味して行う。

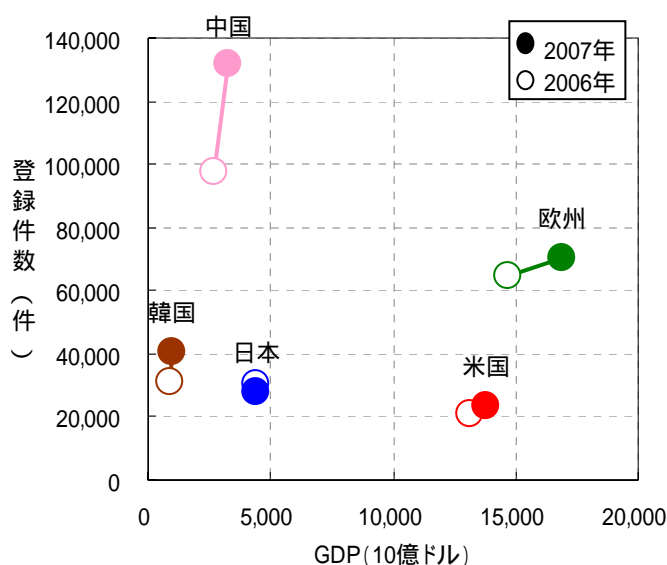
1. GDP との比較で見た意匠出願動向の分析

経済規模の指標を GDP で代理し、GDP と意匠登録件数の相関を分析した。

日米欧中韓の間で見ると、米国は GDP に比べ意匠登録件数が少なく、中国は意匠登録件数が多い傾向がうかがえた。この傾向は 2006 年と同様であるが、その差が拡大傾向にある。

米国の意匠登録件数が GDP との対比で少ない理由は、意匠制度以外の保護制度としてトレードドレスの保護の存在も理由として考えられる。ただし、トレードドレスの保護対象からは機能的形状が除かれており、意匠特許での保護の利点も少なくなく、決定的な理由とは言えない。米国の製造業の主要な種別に、食品・飲料・タバコ製品、化学製品が含まれる（生産額ベースで全製造業の生産額の約 25% を占めている（2006 年））が、これらの分野で意匠制度は一般的に活用されにくい傾向があることも要因の 1 つと考えられる。

図 6-1 GDP との比較で見た日米欧中韓の意匠出願動向



(出典：International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2008 に基づき作成)

注 1: GDP は出典記載データベースの Gross domestic product, current prices (U.S. dollars) の値

注 2: 欧州は European Union の値

2. 輸出額との比較で見た意匠出願動向の分析

製造物品の輸出額と当該国籍出願人の他国での意匠登録動向の相関から、各国・地域国籍出願人の出願動向を推測する。

(1) 分析結果

各国・地域籍出願人の登録動向を分析すると以下の傾向がうかがえた。

第1に、米国籍出願人は、他の国・地域の国籍出願人に比べると、製造物品の輸出額との対比において、比較的多数の意匠登録を輸出先で行っている傾向がうかがえる。

第2に、中国籍出願人は製造物品の輸出額との対比で見ると、輸出先における意匠登録件数が乏しい。これは、貿易額の約40%が独自の製品開発を行う余地の乏しい委託加工貿易に拠っていること(2007年)⁵、他国籍の企業の生産拠点となっており、輸出額に中国籍企業に由来する輸出額以外が少なからず含まれていることが要因の1つと考えられる。

第3に、日米欧の各国籍出願人は、製造物品の輸出額との対比で見ると、他の地域に比較して、中国での意匠登録を積極的に行っている。これには複数の要因が考えられる。例えば、中国で現地生産を行っており生産拠点を守るために意匠登録を行っている可能性、中国を展開市場として重視している可能性、中国が国際的な模倣品の出所となっている⁶ことから模倣品被害を抑制することを意図している可能性が挙げられる。他方、韓国籍出願人は、製造物品の輸出額との対比で見ると他の地域に対する意匠登録傾向と大きな差は無い。

第4に、GDPとの対比で見た場合、米国は他の国・地域に比べ意匠登録件数が少なかったが、輸出額との対比で見ると、欧州国籍出願人から米国での登録数が少ない点が特徴的である。ただし、日本国籍出願人および韓国籍出願人からの登録数は顕著に少ない傾向があるとは言えない。

⁵ 中国海関出版社、中国海関統計、2007年第12期

⁶ OECD “THE ECONOMIC IMPACT OF COUNTERFEITING AND PIRACY” OECD、2008年

しかし、この意匠登録は、A国からC国へ輸出される製品の保護だけでなく、B国で生産されたA国籍企業製品の保護も意図されているものと推測される。そのため、A国籍企業が販売先であるC国へ意匠登録を分析するに当たっては、A国からC国への輸出額としてA国籍企業によるB国における製品の生産額を含めるべきである。

そこで、解釈に当たっては、A国籍企業の海外生産拠点設置国であるB国からC国への輸出額を割り引くことが必要となる。

本調査の対象国・地域では、中国は各国・地域の海外生産拠点となっていると推測される。そのため、中国からの輸出額は少なく解釈することが適切であると考えられる。

第2節 意匠登録上位10者のデザインに対する取り組み

意匠登録上位企業について、日米欧中韓のそれぞれ意匠登録上位企業についてデザイン賞の受賞状況を調査し、デザインに対する取り組みと意匠登録の関係の分析を行う。国際的に著名なデザイン賞としてIDEA、reddot、iFを調査対象とし、これに加えて、わが国の国際的なデザイン賞としてグッドデザイン賞も調査の対象とした。

意匠登録上位10者のデザインに対する取り組みを分析すると、意匠登録上位10者にはデザイン賞の受賞に積極的な企業が少なくないことがわかった。特に複数の国・地域で積極的な意匠登録を行っている、松下電器産業株式会社（パナソニック株式会社）（電機、日本）、サムスン・エレクトロニクス（電機、韓国）、エルジー・エレクトロニクス（電機、韓国）、マイクロソフト（ソフトウェア・PC周辺機器、米国）は、いずれも複数のデザイン賞を受賞している。

このことは、デザインに注力している企業は、意匠登録に積極的であることをうかがわせる。

第7章 海外に意匠出願する際の示唆

これまでの本調査結果をふまえ、海外へ意匠出願する際の示唆を整理する。

第1節 米国への出願

米国の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である（第3章第1節1.）。

- ・ 先発明（創作）主義を採用している。
- ・ 意匠権の保護期間が登録から14年間であり、欧州、日本と比較すると短い。
- ・ 解釈によりアイコンも意匠権の保護対象となる。

米国意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の米国での登録件数は、中国での登録に次いで多い（日本での登録を除く）（図2-3）。
- ・ 出願から公報発行までの期間に広ばらつきがある（図2-2）。

第2節 欧州への出願

欧州の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である（第3章第1節2.、第3章第1節1.）。

- ・ 方式審査のみで登録に至るため、審査制度を有する国・地域と比較すると、権利が相対的に不安定となることが懸念される。
- ・ 意匠権の保護期間が最長で出願より25年間保護される。
- ・ 無体物のデザインも意匠権の保護対象である。書体（タイプフェイス）、ロゴ、アイコンにも意匠権の効力が及ぶ。
- ・ Fast-Track 制度が2008年9月より開始されており、当該制度を利用すると、出願から登録までの期間が大幅に短縮される。
- ・ ヘーグ協定ジュネーブアクトへの加入・発効（2008年）により、今後ヘーグ協定加盟国からOHIMへの出願が増加することが考えられる。

欧州の意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 出願から公報発行までの期間は一般的に短い（図2-2）。
- ・ 米国企業は欧州での意匠登録が多いことが特徴である（図2-3、第4章第3節1.）。
- ・ グローバルに展開し、ブランド価値の向上を見せている企業のうち一部では、ロゴ、外観、グラフィック・インターフェース等に係る意匠登録を活用している（第4章第3節2.）。

第3節 中国への出願

中国の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である（第4章第1節4.）。

- ・ 方式審査のみで登録に至るため、審査制度を有する国・地域と比較すると、権利が相対的に不安定となる。
- ・ 意匠権の保護期間が出願から10年であり、日米欧中韓の中で最も短い。

中国の意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の中国での意匠登録は他の国・地域（中国を除く）からの登録と比較して最も件数が多く、日本国籍出願人の意匠登録件数も他の国・地域での登録と比較

して中国での意匠登録件数が最も多い(図 2-3)。

- ・ 中国では出願に対して方式審査のみ行うにも関わらず、出願から公報発行までに約 1 年程度要している(図 2-2)。

第 4 節 韓国への出願

韓国の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である(第 3 章第 1 節 5.)。

- ・ 審査制度を有しているが、一部の分野については限定的な実体審査のみ行うとされている。
- ・ 意匠権は物品性を前提とするものの、書体(タイプフェイス)は意匠権の範囲が及ぶ。
- ・ 意匠権の保護期間が登録から 15 年間である。

韓国の意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の韓国での意匠登録は他の国・地域での登録と比較して最も件数が少ない(図 2-3)。
- ・ デザインに対する政府および企業の関心が高い。国際的な競争力を持つ韓国企業ではデザイン開発に注力し、国際的にも評価が高まっている。

