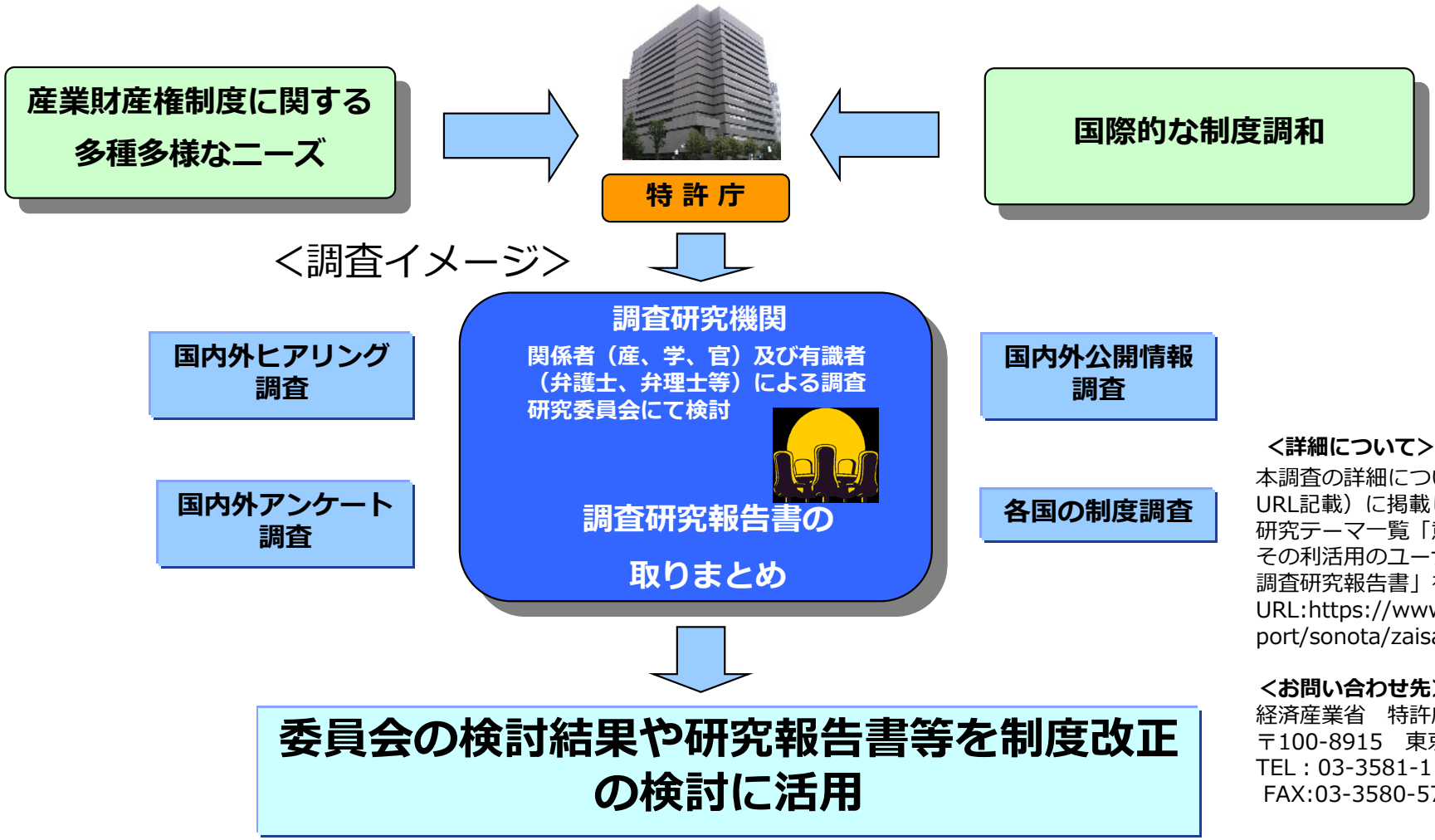
意匠制度に対する認識及びその利活用のユーザーニーズについて

特許庁
JAPAN PATENT OFFICE

産業財産権制度問題調査研究について

- 産業財産権制度に関しての企画立案に資するように、法制面や運用面について改正を行う際の基礎資料となる報告書を取りまとめることが目的。
- 調査研究テーマ毎に専門家を交えた研究委員会の開催・国内外公開情報調査・国内外ヒアリング調査・国内外アンケート調査等、調査研究テーマに応じた調査・分析を行う。



＜詳細について＞

本調査の詳細については、特許庁HP（以下URL記載）に掲載しております。令和３年度研究テーマ一覧「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報告書」をご参照ください。
URL:https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/zaisanken-seidomondai.html

＜お問い合わせ先＞
経済産業省　特許庁　総務部　企画調査課
〒100-8915　東京都千代田区霞が関3-4-3
TEL：03-3581-1101（内2156）
FAX:03-3580-5741

調査の俯瞰図

背景

我が国のハーグ協定加盟によって海外からの意匠登録出願件数は増加傾向にある。その一方 、我が国全体の意匠出願件数については増加しない状況が続いている。これを踏まえ、今後は、意匠制度の周知の強化に取り組み、国内企業によるハーグ制度利用が進んでいない理由の分析と対応について検討し、ユーザーニーズを踏まえた意匠制度の魅力向上について検討すべきとの指摘がなされている。

目的

国内外の企業や大学等の意匠制度に対する現状の認識や理解、意匠制度の利活用の実態について、個別事例を踏まえつつ意匠制度の効果的な周知に資する情報収集及び分析を行うことを目的とする。

■国内アンケート調査

対象：意匠制度の潜在ユーザー、意匠制度の既存ユーザー、弁護士・弁理士事務所

■公開情報調査

観点：ヒアリング対象を抽出するために、企業等のウェブサイト、新聞記事、登録意匠情報検索サイト等の公開情報を収集する。

■国内外ヒアリング調査

対象：潜在ユーザー（9者）、既存ユーザー（8者）、海外企業※（5者）、弁護士・弁理士事務所（3者）、大学（2者）

※外国に本拠地がある企業の日本法人を含む

総合分析・まとめ

上記各調査結果をもとに、意匠制度をあまり活用していないユーザー（潜在ユーザー）の特徴、意匠制度についての認知度、潜在ユーザーが意匠出願をあまりしない理由、意匠出願の目的及び意匠権の効果、意匠制度を利用する際の主な障壁、意匠の審査スピード、ハーグ制度の利用目的及び利用する際の主な障壁の各観点から分析を行った。

目次

1. 本調査研究の背景・目的
2. 本調査研究の実施方法
3. 調査結果
3.1. 国内アンケート調査
3.2. ヒアリング調査
4. 総合分析・まとめ

１．本調査研究の背景・目的

【背景】

我が国のハーグ協定加盟によって海外からの意匠登録出願件数は増加傾向にある。その一方、我が国全体の意匠出願件数については増加しない状況が続いている。これを踏まえ、今後は、意匠制度の周知の強化に取り組み、国内企業によるハーグ制度利用が進んでいない理由の分析と対応について検討し、ユーザーニーズを踏まえた意匠制度の魅力向上について検討すべきとの指摘がなされている。

【目的】

本調査研究は、国内外の企業や大学等の意匠制度に対する現状の認識や理解と、国内外の企業や大学等の意匠制度の利活用の実態について、個別事例を踏まえつつ、意匠制度の効果的な周知に資する情報収集及び分析を行うとともに、ユーザーニーズを踏まえた意匠関連施策を検討するための基礎資料を作成することを目的とする。

２．本調査研究の実施方法

１．アンケート調査

潜在ユーザー（意匠制度の利用が少ないユーザー）、既存ユーザー（意匠制度の利用が多いユーザー）、弁護士・弁理士事務所、大学等の計2200者以上にアンケートを送付した。「意匠権の利活用の実態」、「意匠権を効果的に活用する企業や近年高実績な企業の出願戦略」、「意匠制度の認知度」、「意匠制度やハーグ制度の利活用にあたっての障壁」、「我が国の意匠制度の課題」、「審査のスピードに対するニーズ」等についてアンケート調査を行った。

２．中間分析

アンケート調査の回答結果と意匠出願件数との相関を設問ごとに分析し、相関のある設問を抽出した上で、ヒアリング先候補の抽出のための観点を設定し、有益なヒアリング調査に期待できると思われるヒアリング先を選出する手掛かりとする。

２．本調査研究の実施方法

３．公開情報調査

中間分析の結果等に基づいて選定した国内企業等30者以上（意匠制度を活用しているユーザー20者程度、潜在的ユーザー10者程度）について、後に実施するヒアリング調査の候補を選定するために、企業等のウェブサイト、新聞記事、登録意匠情報検索サイト等の公開情報を元に情報収集を行い、収集結果をリスト化し、そのリストに基づいてヒアリング先を選出する。

４．ヒアリング調査

アンケート調査の調査対象である潜在ユーザーのうち、ヒアリングでの協力が可能と回答したユーザーから、潜在ユーザー（国内企業）9者、既存ユーザー（国内企業）8者、海外企業（外国に本拠地がある企業の日本法人を含む）5者、弁護士・弁理士事務所3者、大学2者をヒアリング先として抽出した。主に、「意匠制度に対する認知度及びその背景」「意匠出願をあまりしていない理由」「意匠出願（国内）の目的」「多角的な保護の方法」「国内外の意匠権活用事例」「意匠出願（外国）の目的」「ハーグ出願の目的」「ハーグ出願の障壁」「意匠制度に関する要望」「国内の意匠出願の件数」等を把握するための質問項目を設定して、アンケート調査結果についてさらに深掘りすることを目的として、オンライン形式でヒアリングを行った。

1．国内アンケート調査

2．ヒアリング調査

3.1. 国内アンケート調査

アンケートの回答数及び回答率は以下の通りとなった。

調査対象	送付数	回答数	回答率
潜在ユーザー	1,170	448	38.3%
既存ユーザー	972	489	50.3%
弁護士・弁理士事務所	58	33	56.9%
合計	2,200	970	44.1%

3.1. 国内アンケート調査

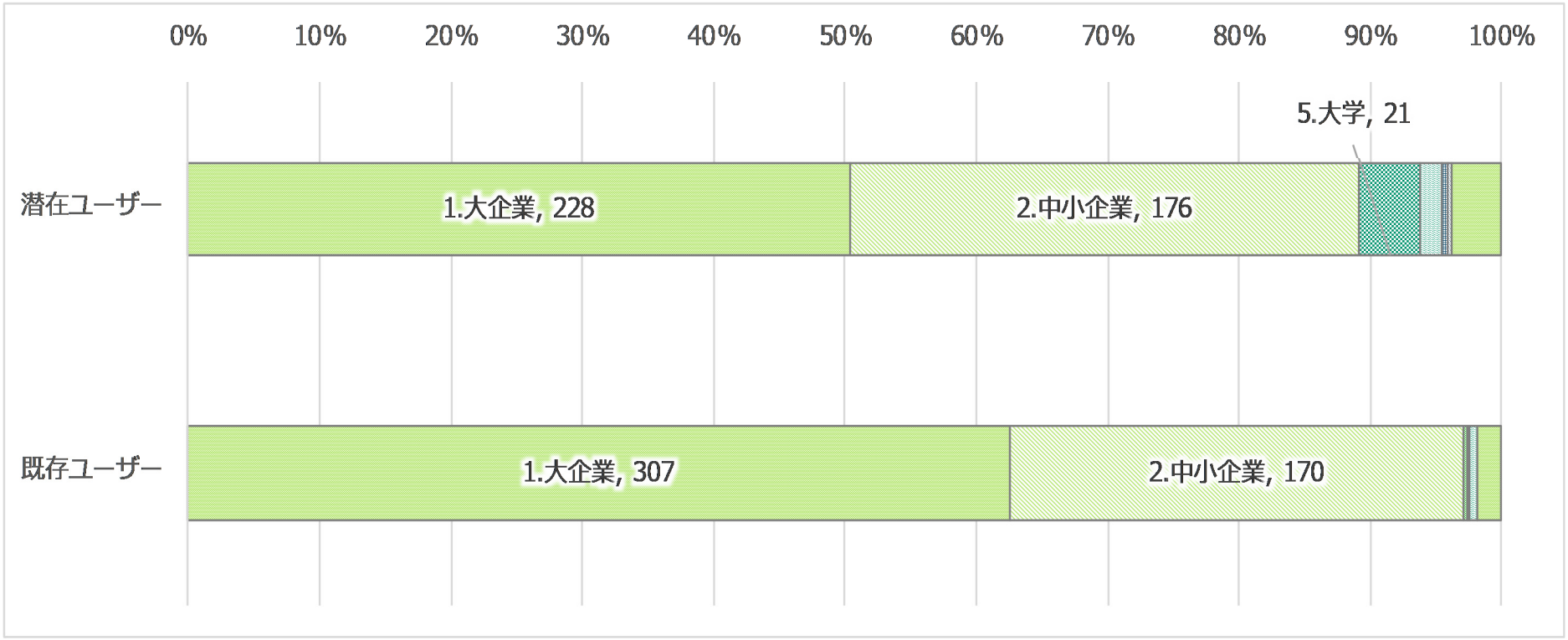


図 2　設問A1：【潜在ユーザー、既存ユーザー】組織の種別

企業規模別に見ると、大企業の既存ユーザー数（307者）に対する潜在ユーザー数（228者）の割合は74%であるのに対し、中小企業の既存ユーザー数（170者）に対する潜在ユーザー数（176者）の割合は104%であった。

3.1. 国内アンケート調査

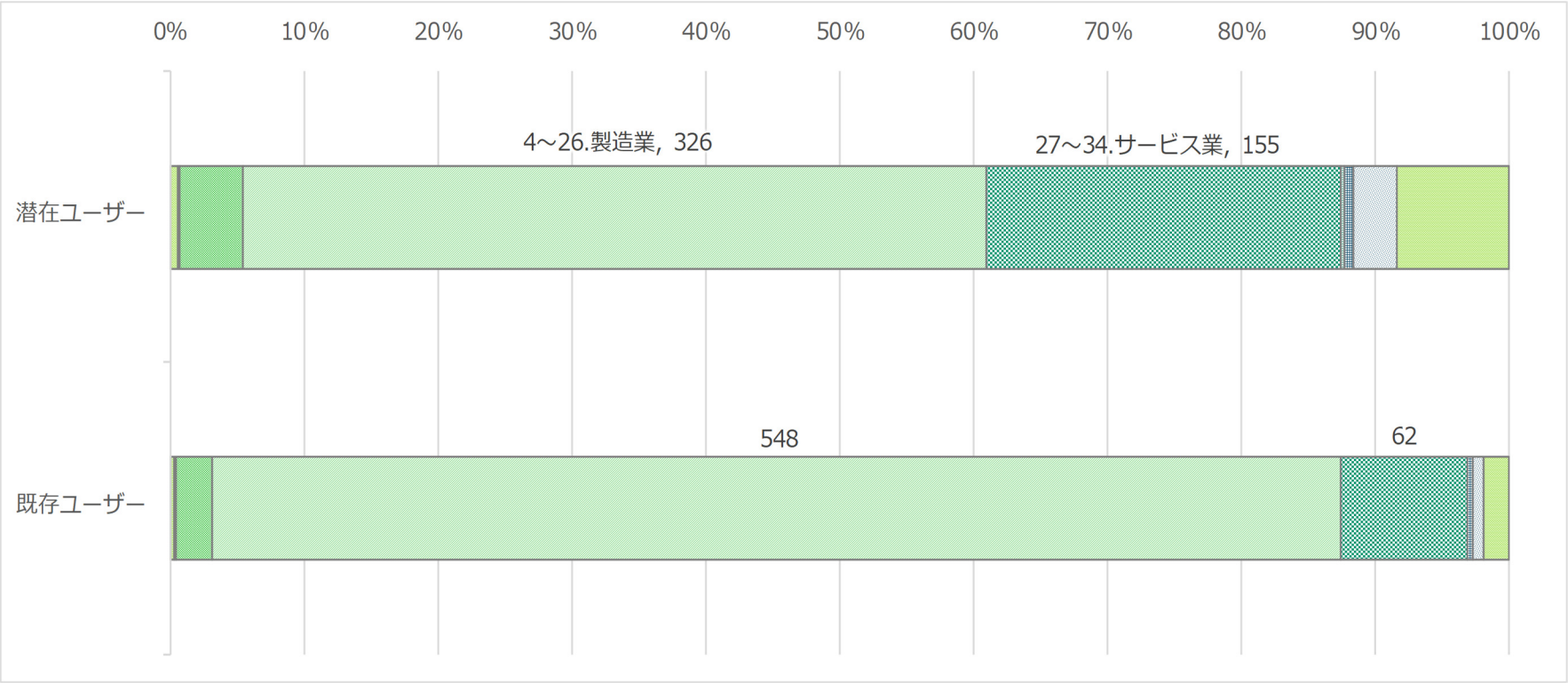


図 4　設問A2：【潜在ユーザー、既存ユーザー】業種

業種別に見ると、製造業の既存ユーザー数（548者）に対する潜在ユーザー数（326者）の割合は59%であるのに対し、サービス業の既存ユーザー数（62者）に対する潜在ユーザー数（155者）の割合は250%であった。

3.1. 国内アンケート調査

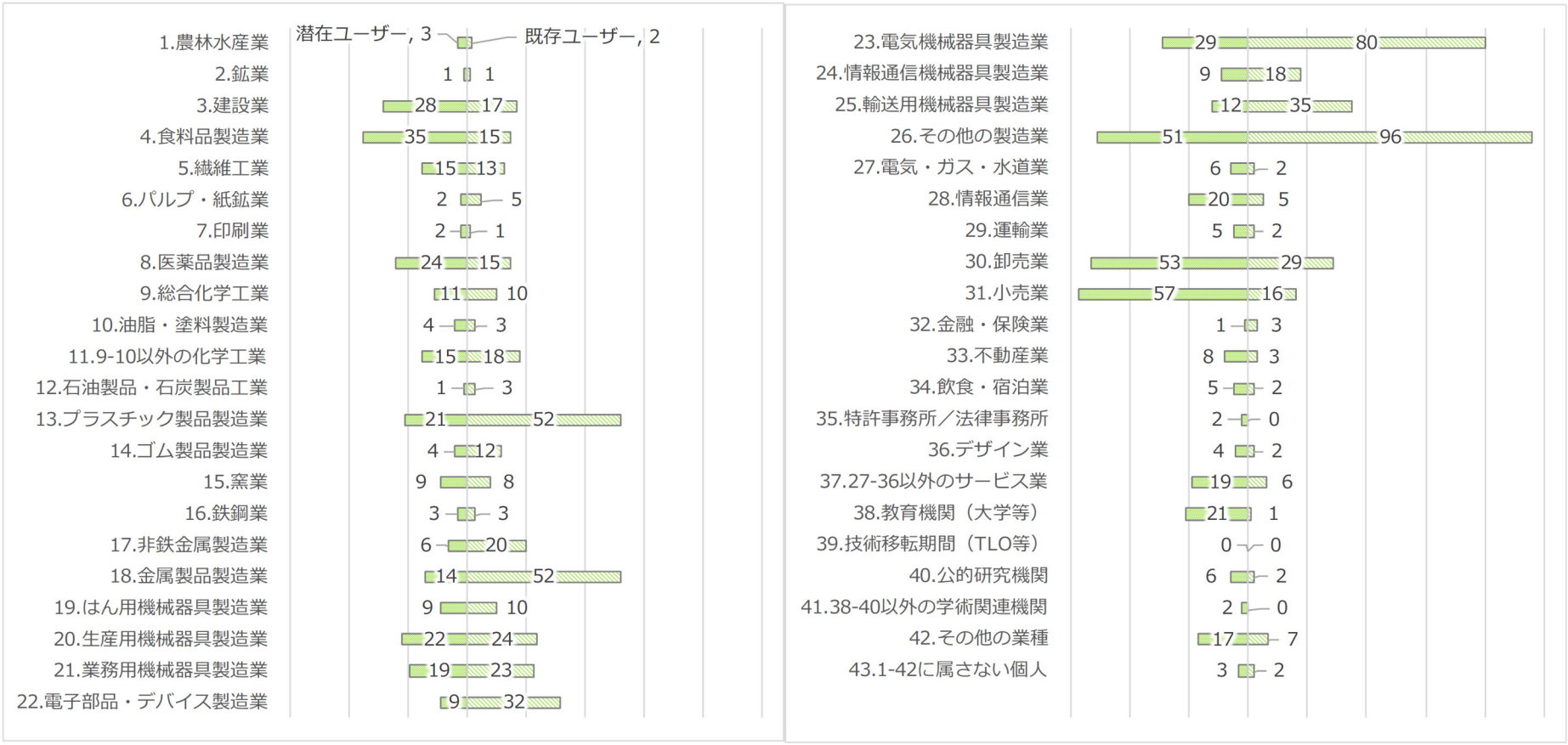


図　設問A2：【潜在ユーザー、既存ユーザー】業種

※報告書掲載の図5と図6を基に作成

既存ユーザーより潜在ユーザーが多い業種は、建設業、食料品製造業、繊維工業、医薬品製造業、情報通信業、卸売業、小売業であった。

3.1. 国内アンケート調査

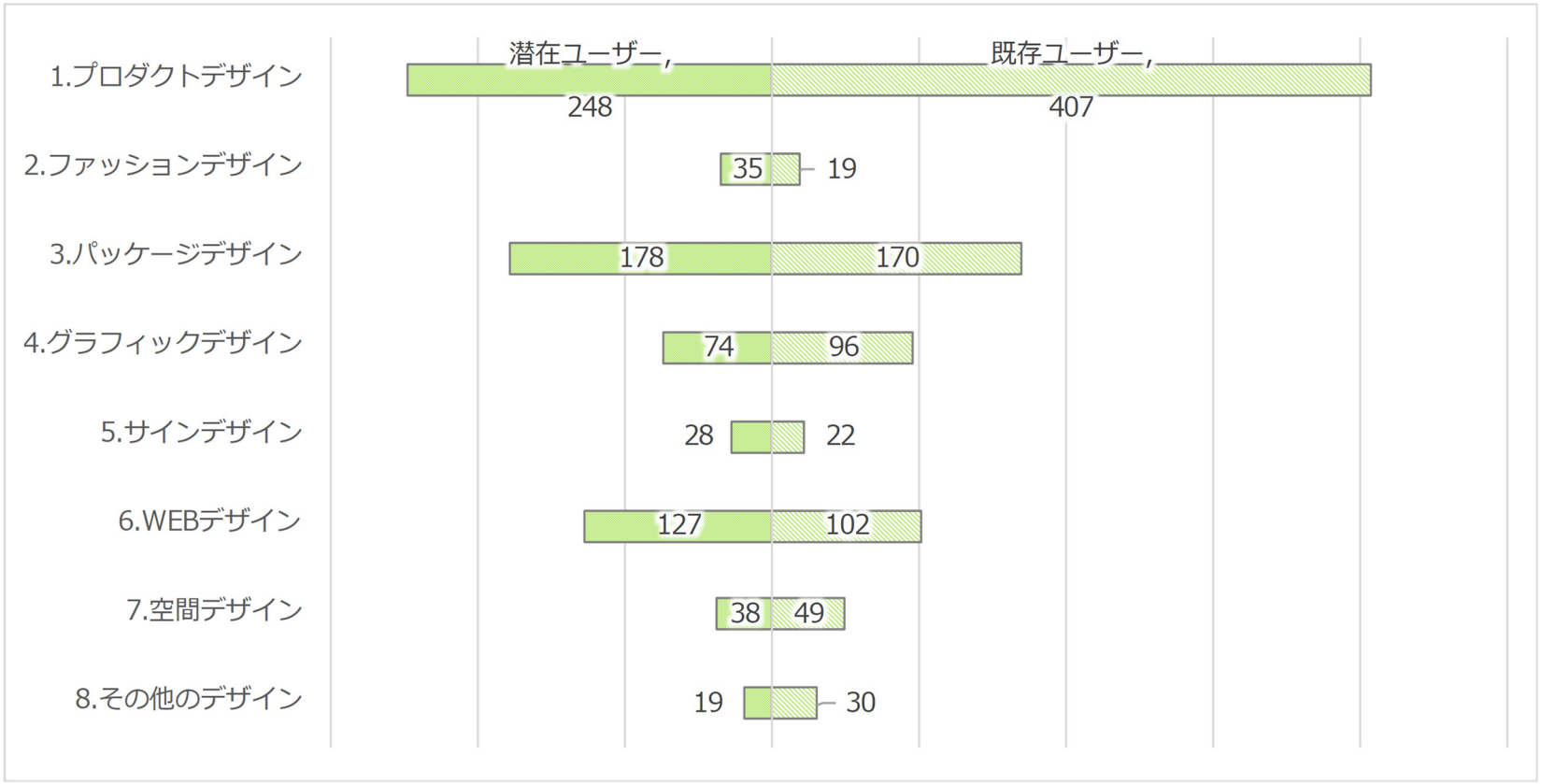


図 11　設問A8：デザイン開発分野

デザイン開発分野別に見ると、既存ユーザー数より潜在ユーザー数が多いのは、ファッションデザイン分野（既存数19、潜在数35）、パッケージデザイン分野（既存数170、潜在数178）、サインデザイン分野（既存数22、潜在数28）、Webデザイン分野（既存数102、潜在数127）であり、これらのデザイン開発分野は、他の分野（例えばプロダクトデザイン分野では既存数407、潜在数248）であった。

3.1. 国内アンケート調査

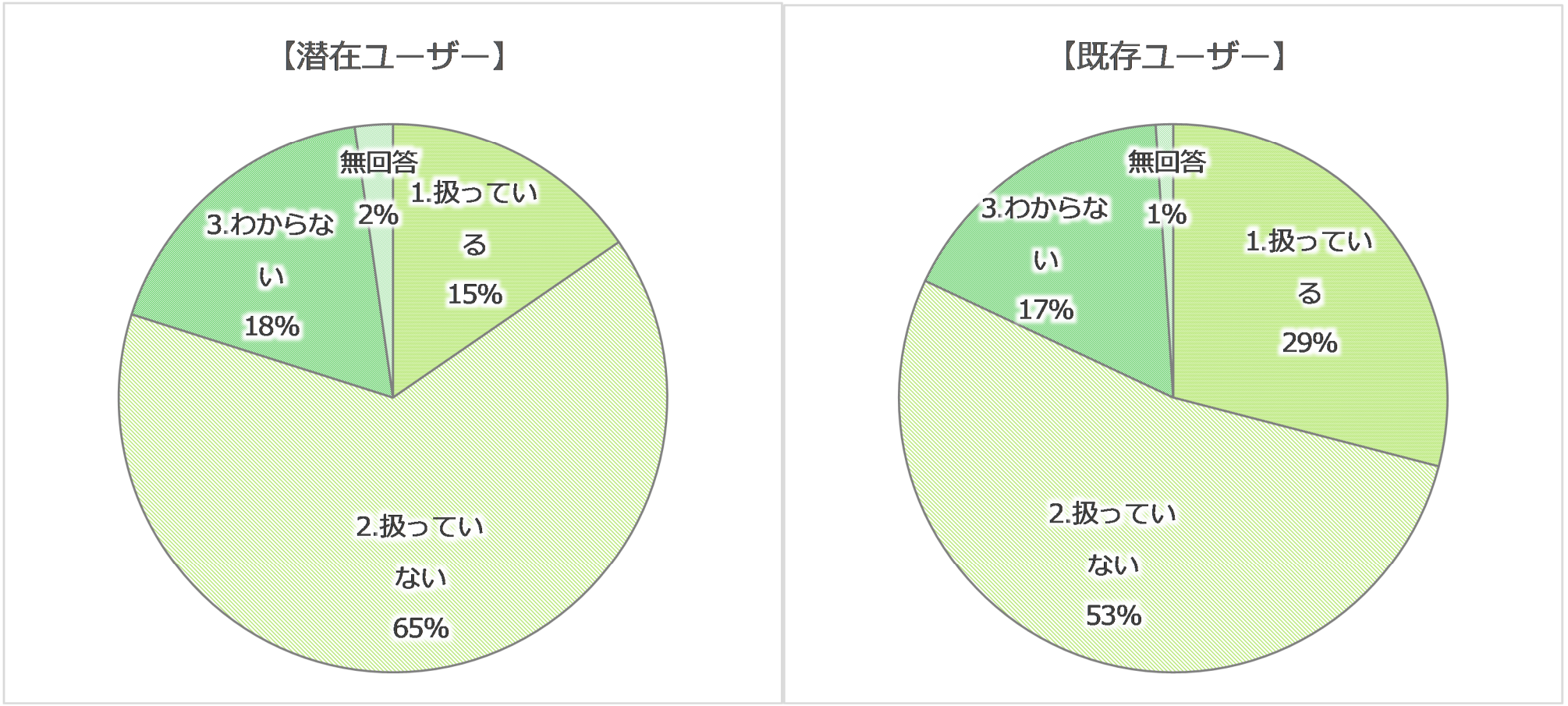


図 12　設問A10：企業経営戦略におけるデザインの位置付け

潜在ユーザーの中には、事業の中期計画や行動指針等の中でデザインについて触れているなど、企業経営戦略で検討する要素の1つとしてデザインを扱っていると回答した者が15%もいた。

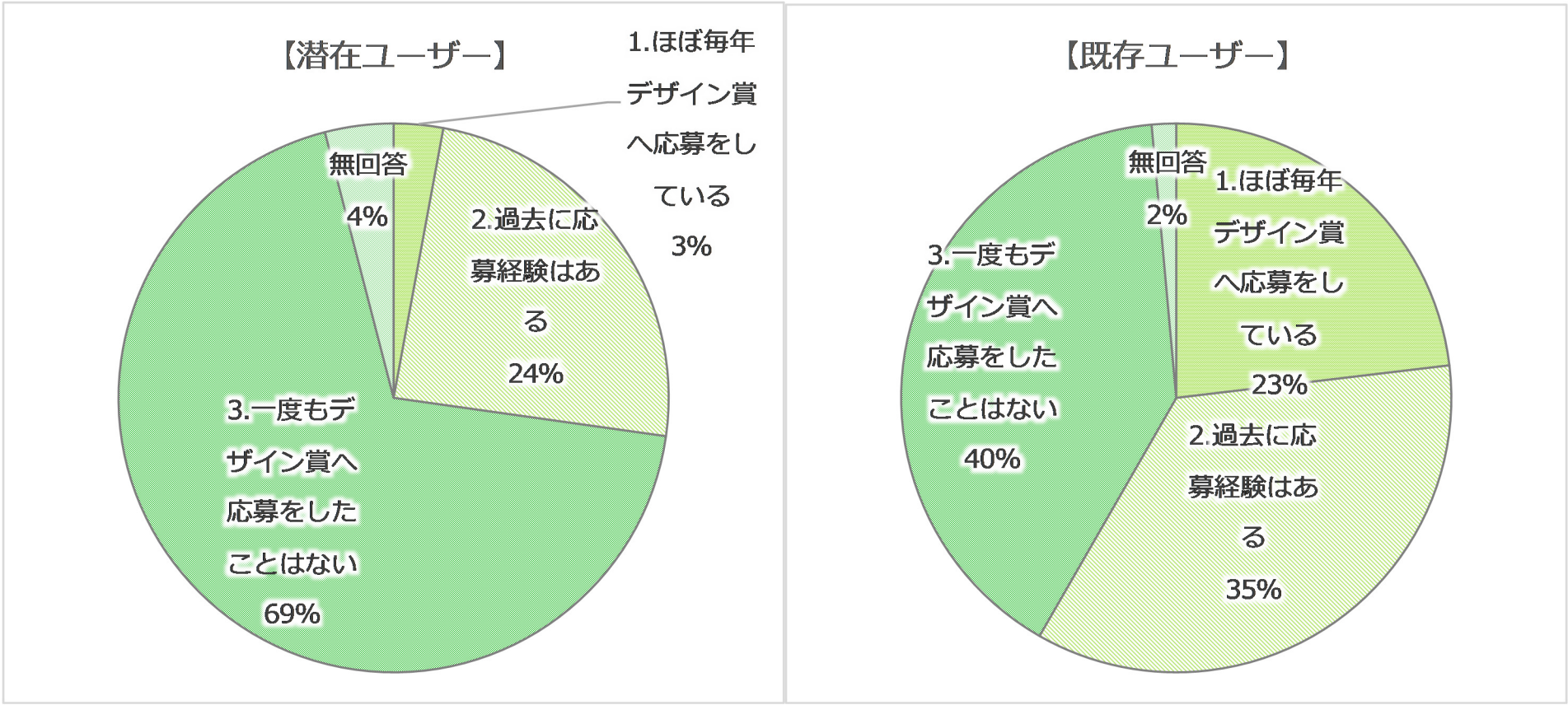


図 13　設問A11：デザイン賞への応募経験

潜在ユーザーの中には、「ほぼ毎年デザイン賞へ応募をしている」又は「過去に応募経験はある」と回答した者が27%もいた。

3.1. 国内アンケート調査

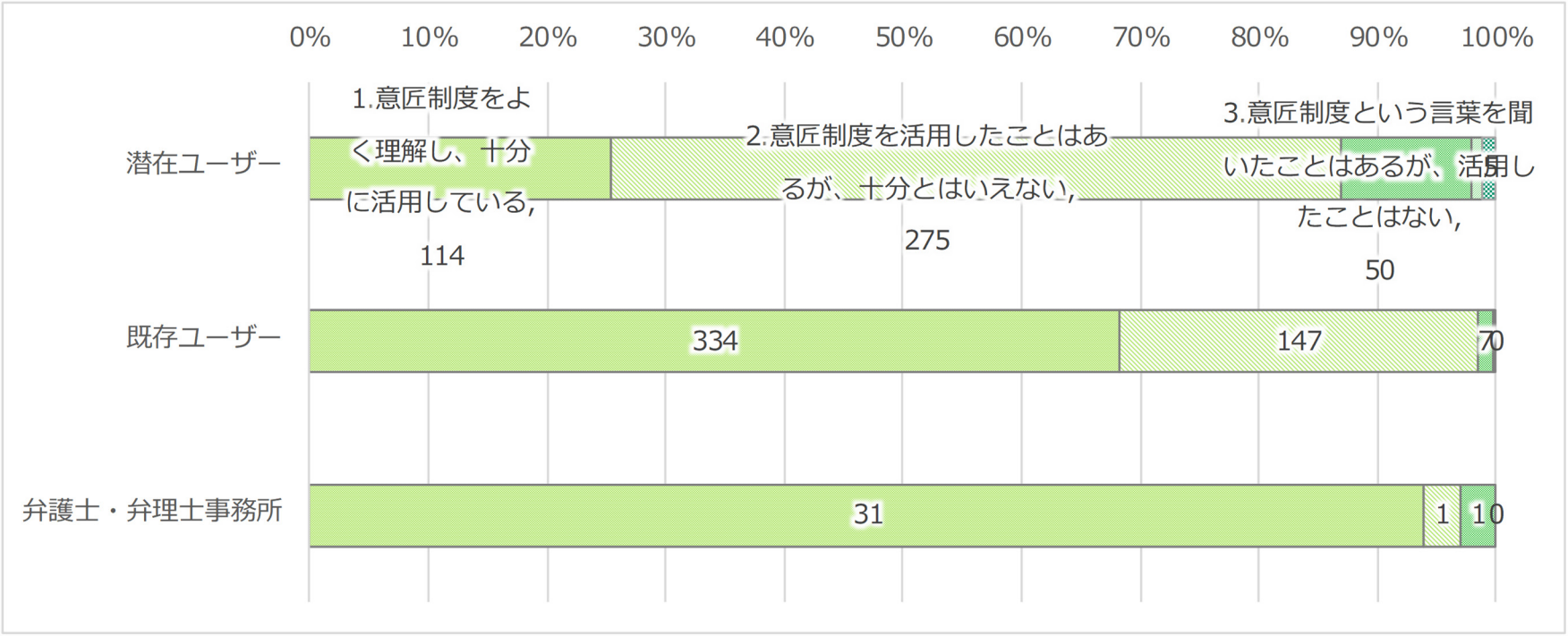


図 18　設問C1：意匠制度の活用度・認知度

潜在ユーザーの25%は、「意匠制度をよく理解し、十分に活用している」と回答した。

3.1. 国内アンケート調査

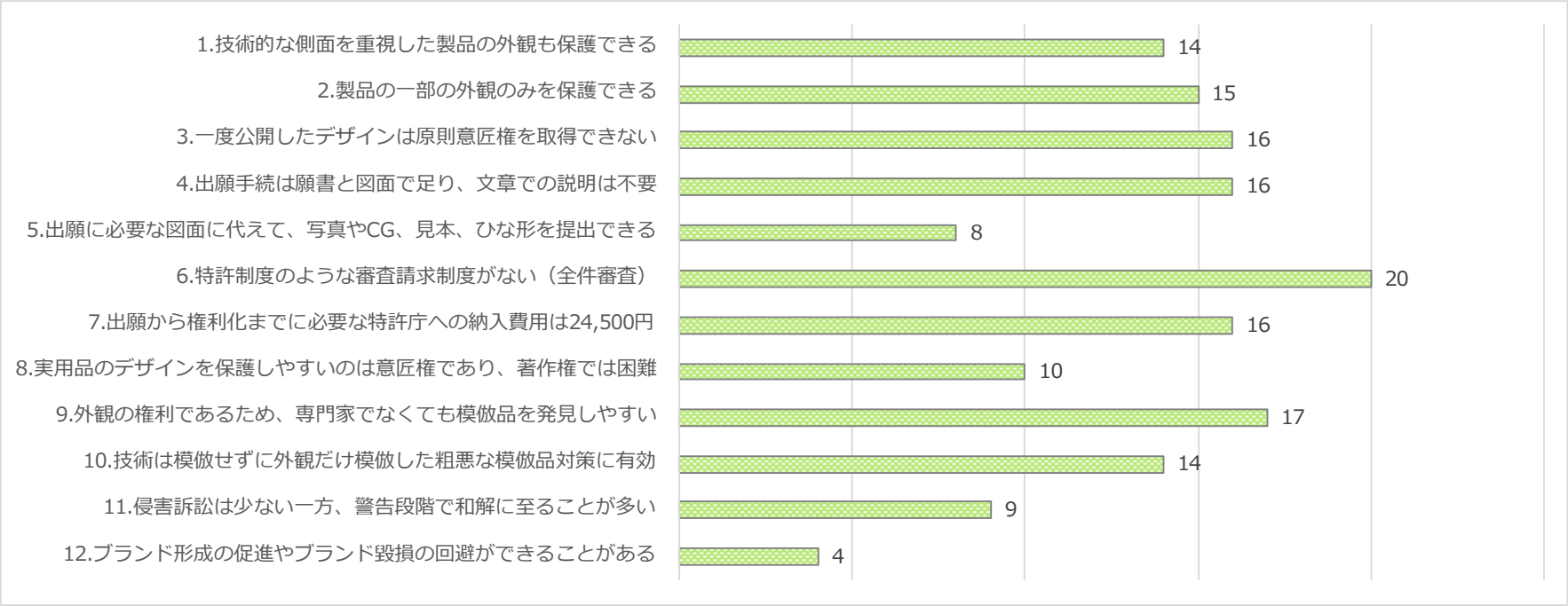


図 19　設問C3：意匠制度の活用度・認知度についての詳細

前ページで「意匠制度という言葉は聞いたことがあるが、活用したことはない」「意匠制度という言葉を初めて聞いた」と回答した者（63者）の多くが知らなかった意匠制度の特徴は、審査請求制度がないこと（20者）、外観の権利であるため模倣品を発見しやすい（17者）、一度公開したデザインは権利化できない（16者）、出願は願書と図面で足り、文章での説明は不要（16者）、出願から権利化までに必要な特許庁への納入費用が24,500円、製品の一部の外観のみを保護できる（15者）、技術的な側面を重視した製品の外観も保護できる（14者）、外観のみ模倣した粗悪な模倣品対策に有効（14者）であった。

3.1. 国内アンケート調査

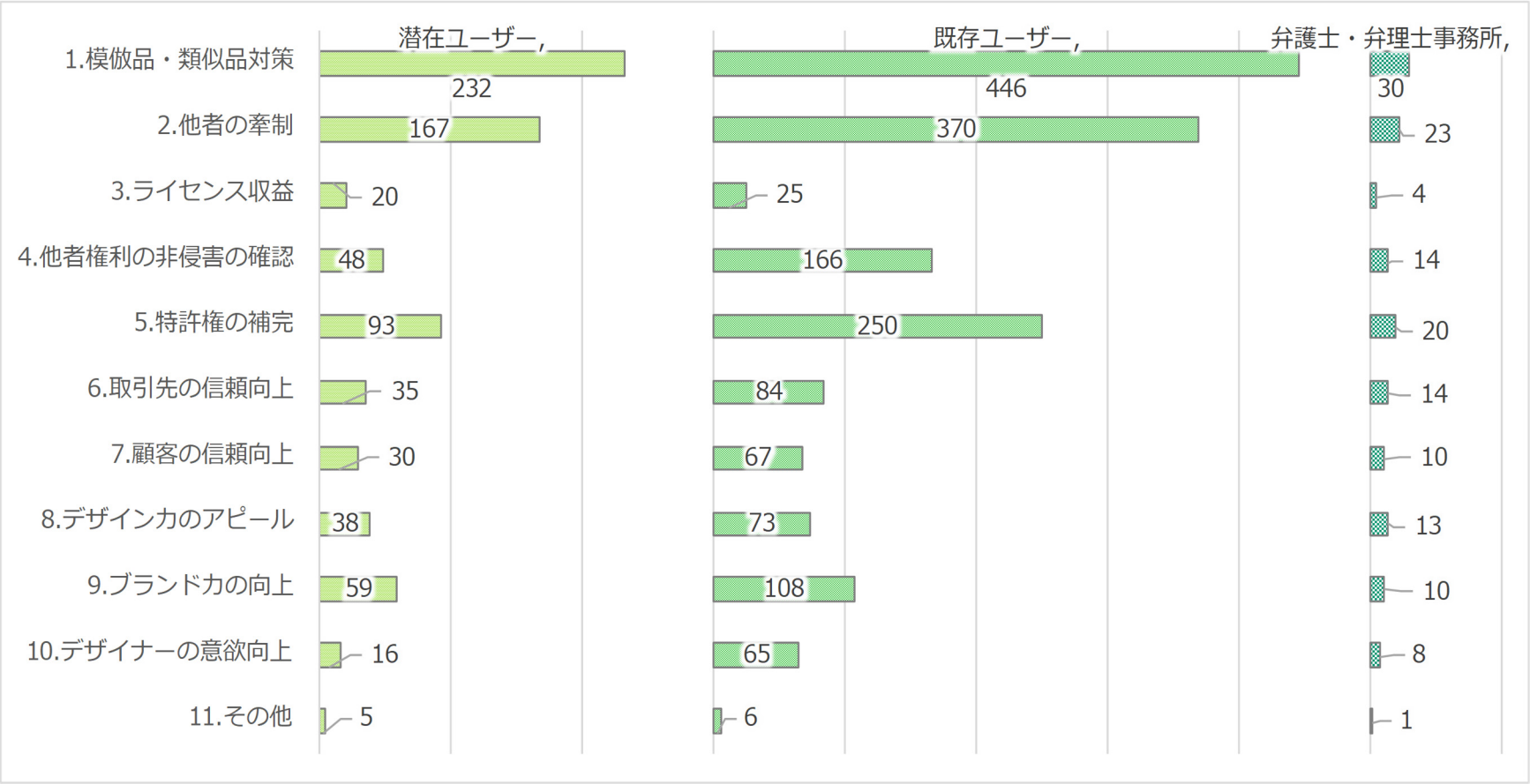


図 24　設問D2：意匠の国内出願（日本）の目的

意匠出願の目的で多かったのは、「模倣品・類似品対策」（既存91%、潜在52%）、「他者の牽制」（既存76%、潜在37%）、「特許権の補完」（既存51%、潜在21%）、「他者権利の非侵害の確認」（既存34%、潜在11%）であった。

3.1. 国内アンケート調査

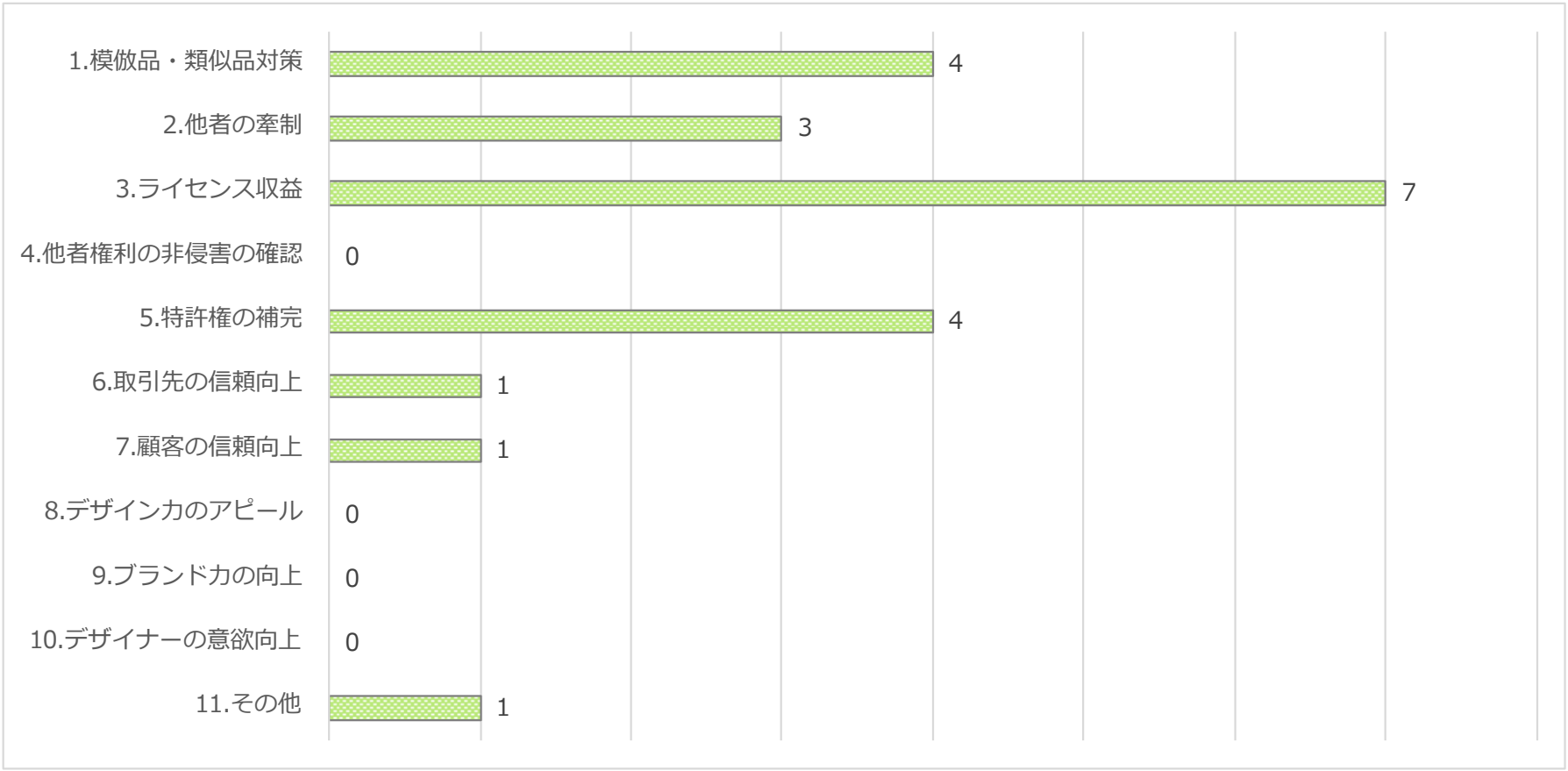


図 25　設問D2：【大学のみ】意匠の国内出願（日本）の目的

大学の出願目的については、「ライセンス収益」が最多（21%）であった。

3.1. 国内アンケート調査

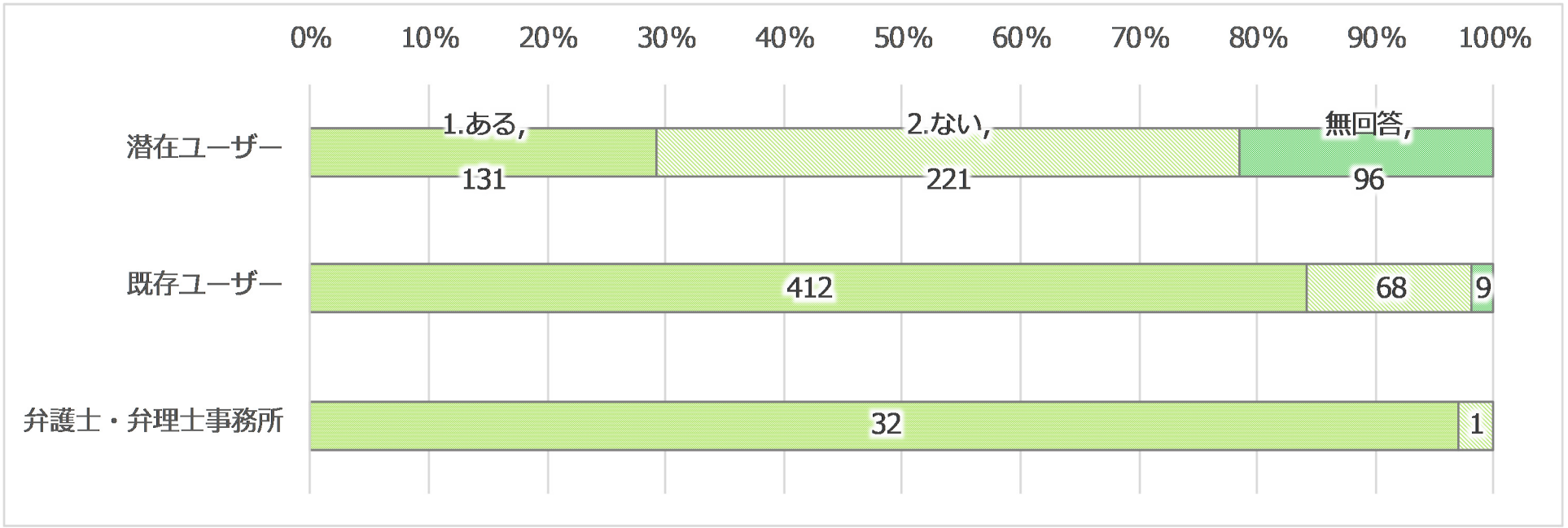


図 28　設問D8：関連意匠の出願経験

関連意匠については、既存ユーザーの84%が利用経験があるのに対し、
潜在ユーザーは29%にとどまった。

3.1. 国内アンケート調査

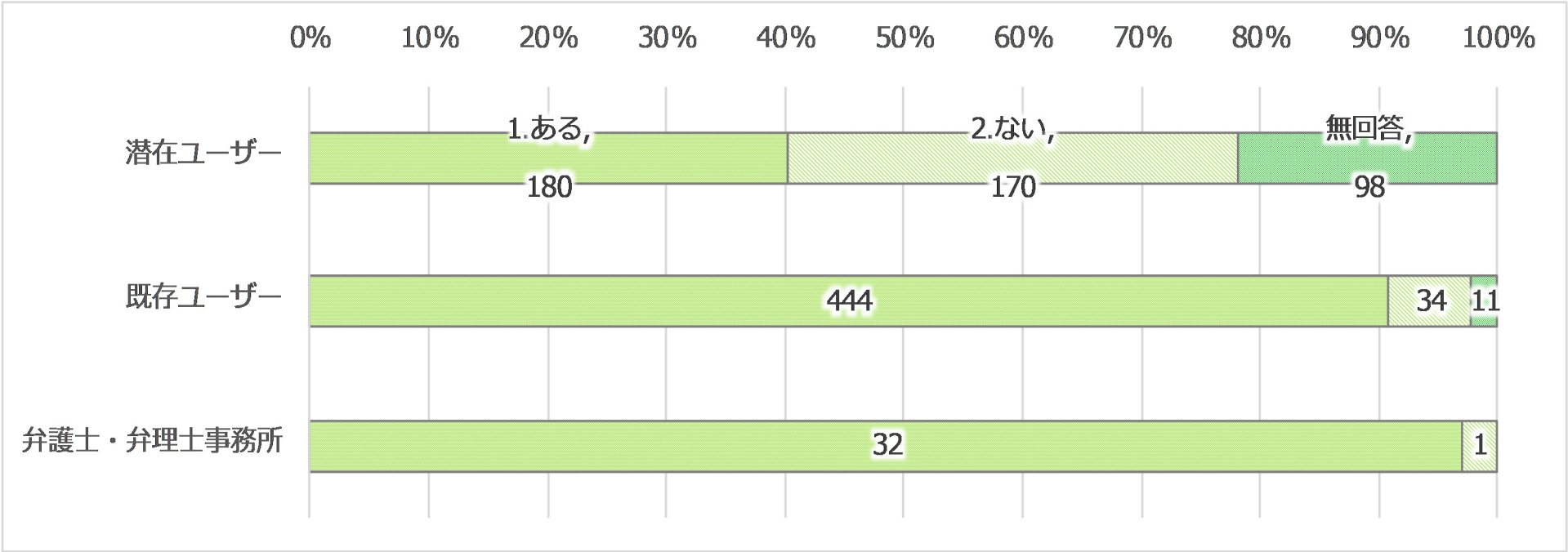


図 30　設問D11：部分意匠の出願経験

部分意匠については、既存ユーザーの91%が利用経験があるのに対し、
潜在ユーザーは40%にとどまった。

3.1. 国内アンケート調査

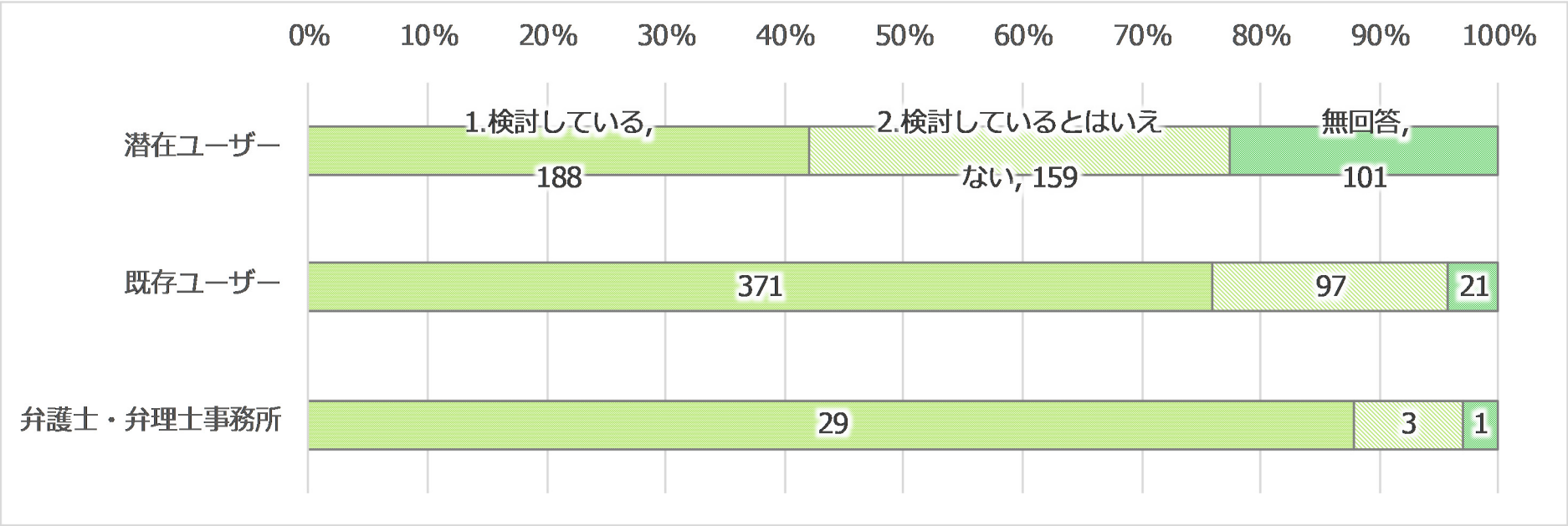


図 33　設問D15：知的財産権による多角的な保護の検討

知的財産権による多角的な保護を「検討している」と回答したのは、既存ユーザーが76%なのに対し、潜在ユーザーは42%にとどまった。
また、弁護士・弁理士事務所については、多角的な保護を「検討している」と回答したのが88%で、そのうち、「特許権による保護を重視する」と回答したのが76%、「商標権による保護を重視する」と回答したのが66%なのに対し、「意匠権による保護を重視する」と回答したのが83%であった。

3.1. 国内アンケート調査

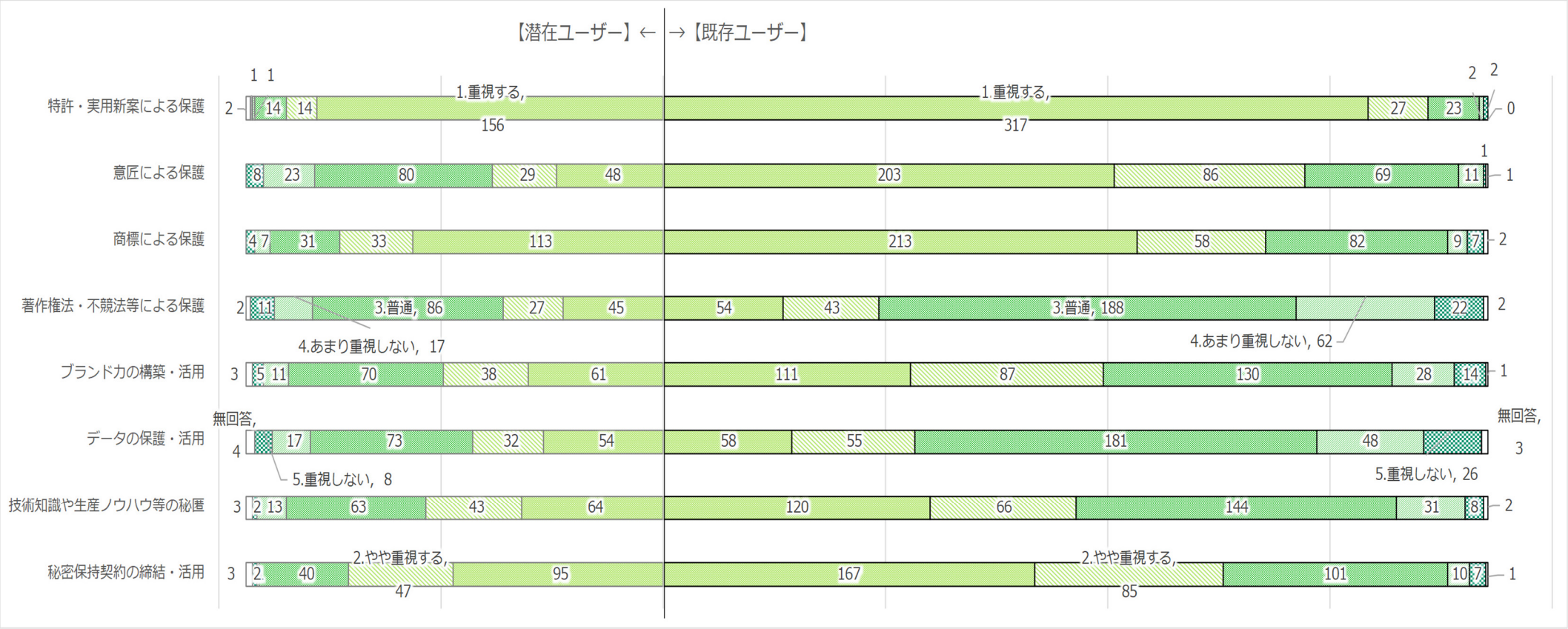


図　設問D16：【潜在ユーザー、既存ユーザー】多角的な保護の方法
※報告書掲載の図35と図36を基に作成

多角的なデザインの保護を検討していると回答した者（588者）のうち、「特許権による保護を重視する」と回答したのが既存ユーザー・潜在ユーザーともに85%、「商標権による保護を重視する」と回答したのが既存ユーザー・潜在ユーザーともに60%とほぼ同程度だったのに対し、「意匠権による保護を重視する」と回答したのは、既存ユーザーが55%、潜在ユーザーが25%と大きく差があった。

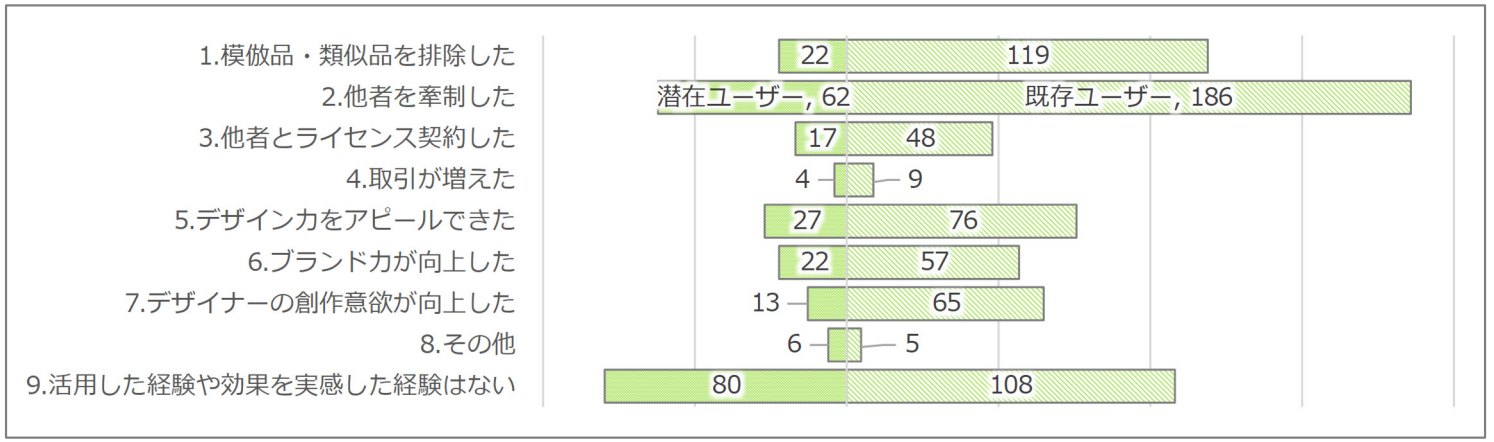


図 38　設問D18：国内における意匠権の活用経験や効果

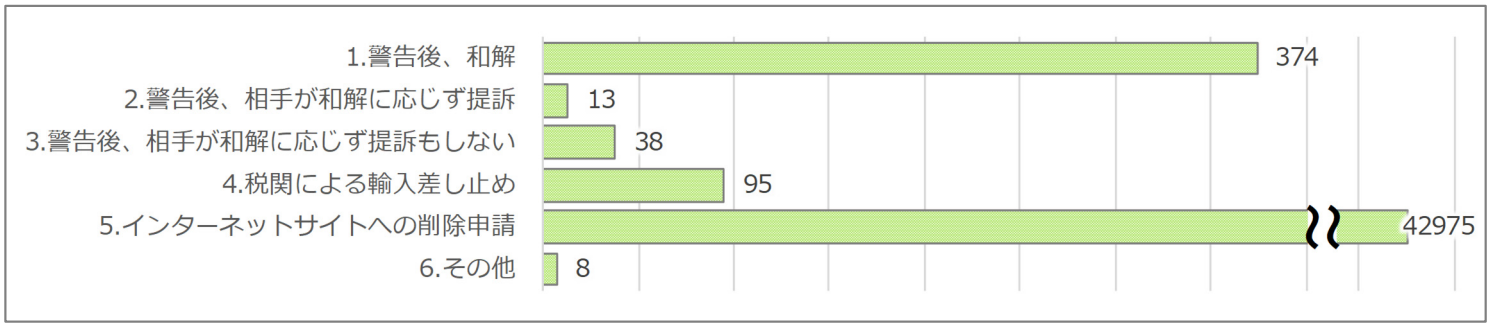


図 39　設問D20：国内における模倣品・類似品への権利行使をしたケースの合計件数

既存ユーザーと潜在ユーザーをあわせた「模倣品・類似品排除」の具体的なケースの内訳は、「インターネットサイトへの削除申請」が圧倒的に多く（33者42,975件）、ついで「警告後、和解」（67者374件）、「税関による輸入差し止め」（14者95件）であった。

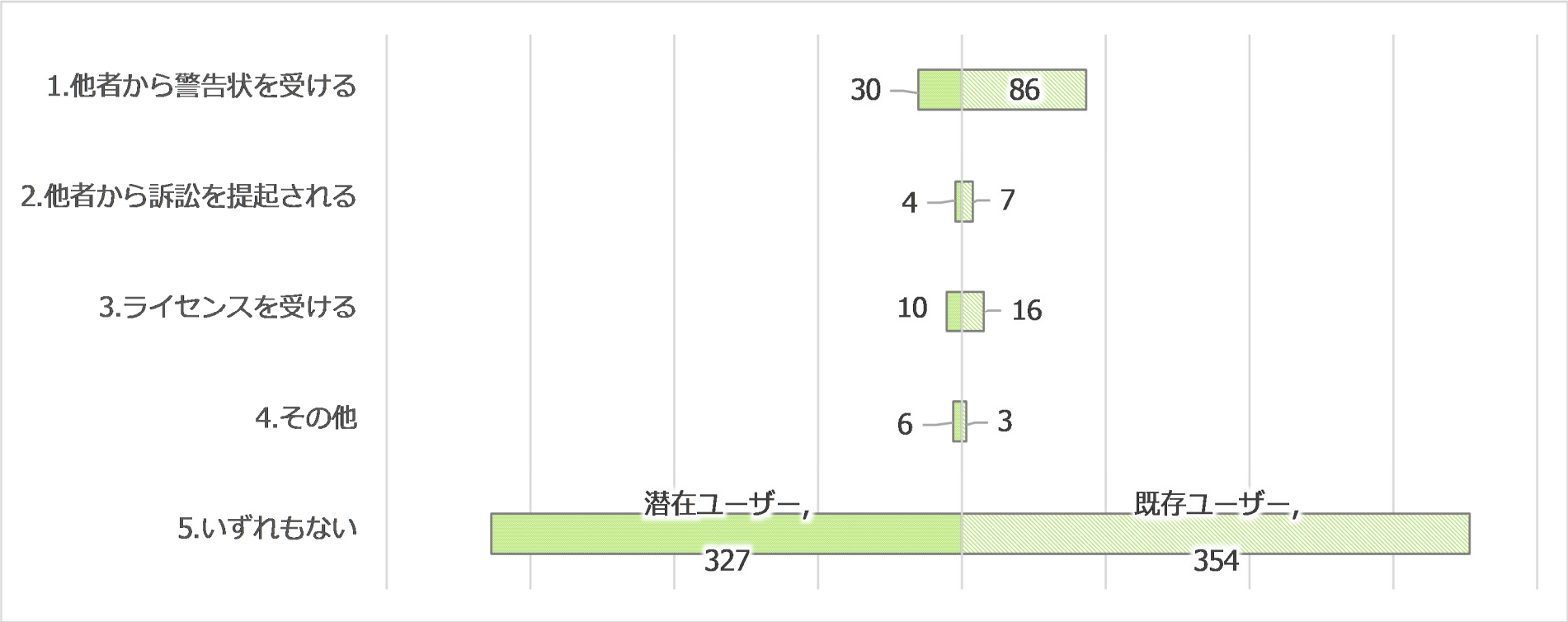


図 42　設問D22：国内における意匠権を行使された経験

意匠権を行使された経験については、「行使された経験がない」の回答を除くと、「他者から警告を受けた経験」が最多（既存18%、潜在7%）であった。

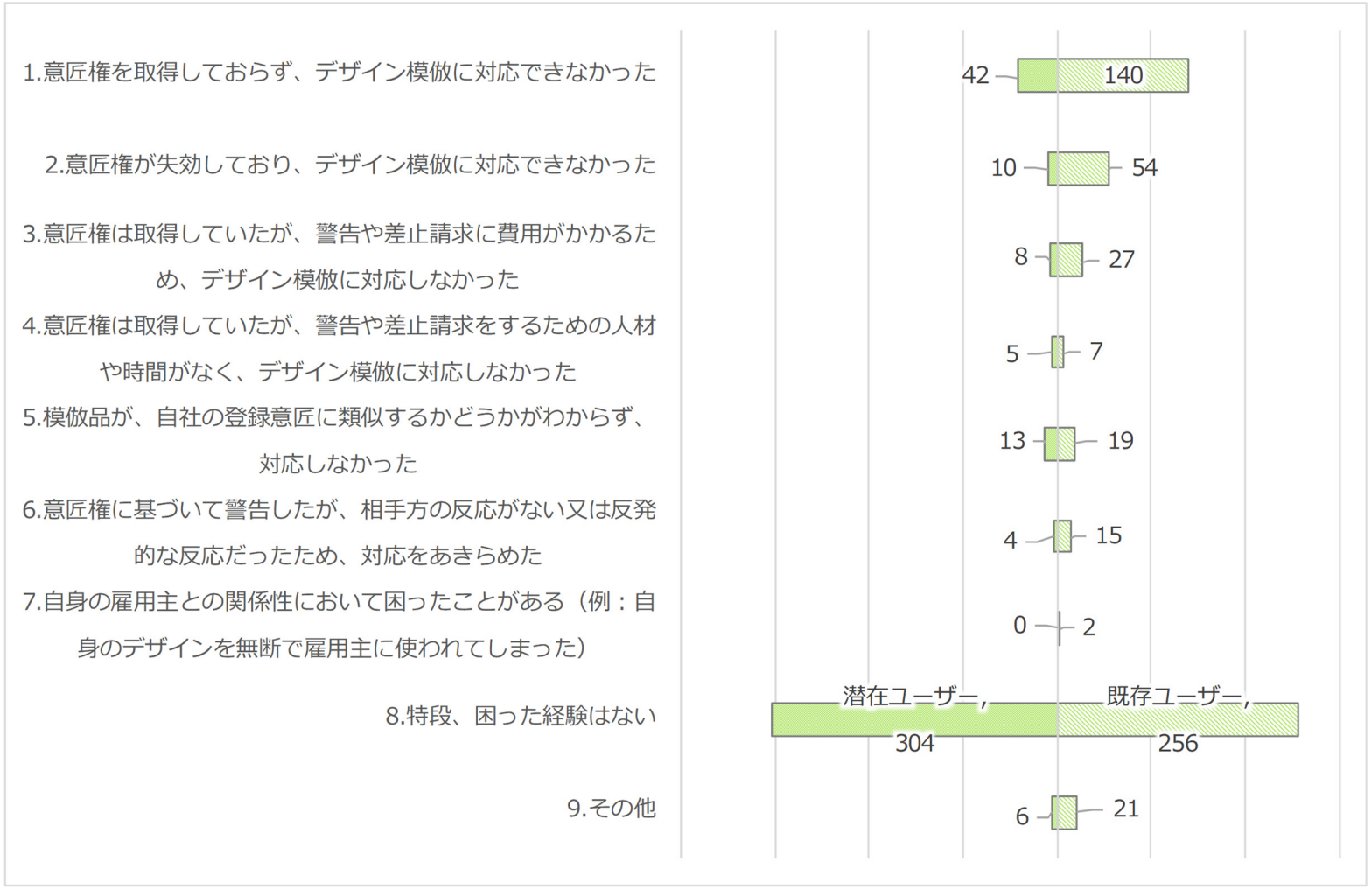


図 43　設問D24：デザインの保護ができずに困った経験

デザインの保護ができずに困った経験については、「特段、困った経験がない」を除くと、「意匠権を取得しておらずデザイン模倣に対応できなかった経験」が最多（既存29%、潜在9%）であった。

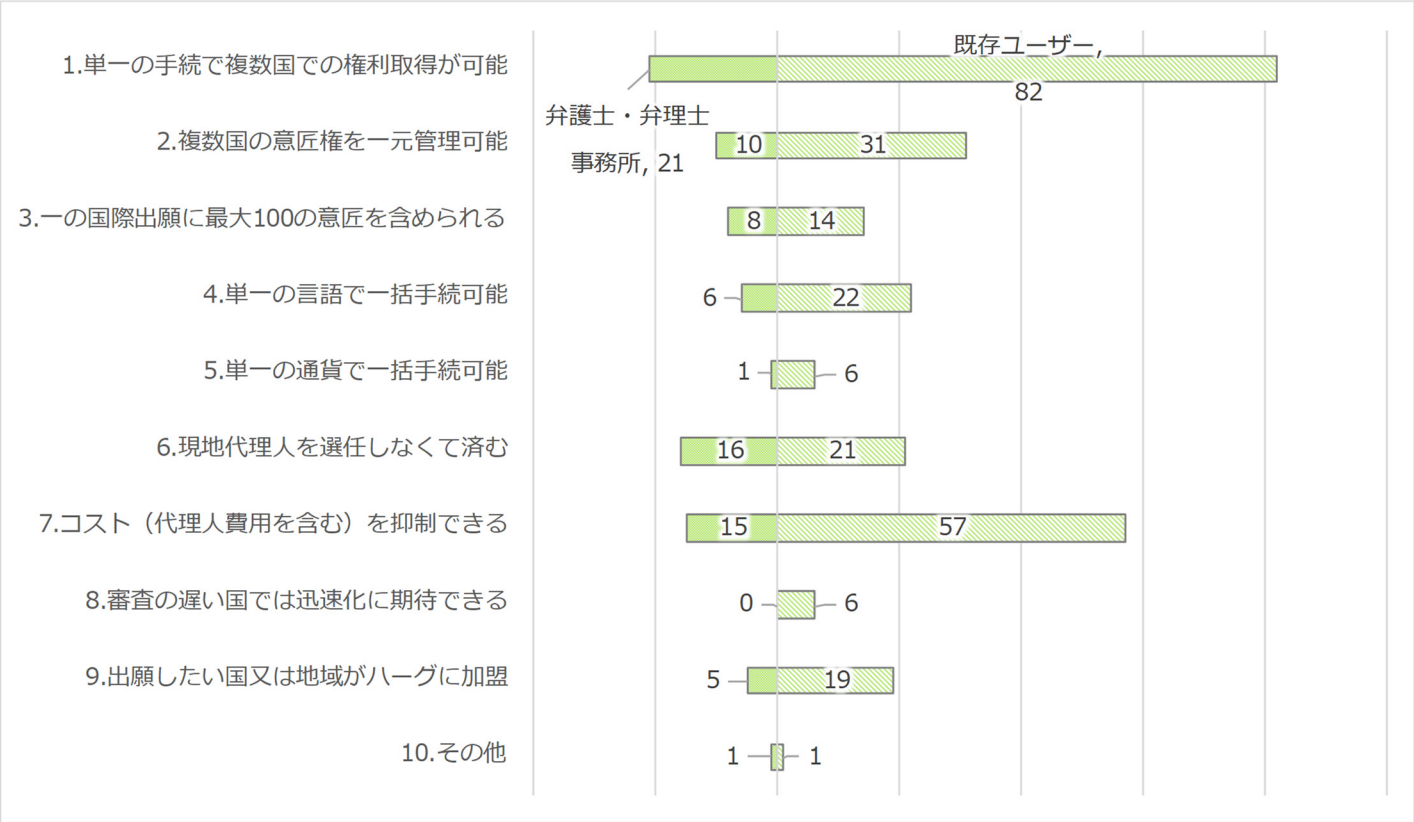


図 53　設問E11：ハーグ制度を利用する理由

ハーグ制度の利用経験のある既存ユーザー92者と弁護士・弁理士事務所33者（合計125者）に質問した結果、ハーグ制度を利用する理由は、「単一の手続きで複数国での権利取得が可能」（82%）が最多であり、「コスト（代理人費用含む）を抑制できる」（58%）、「複数国の意匠権を一元管理可能」（33%）、「現地代理人を選任しなくて済む」（30%）が続いた。

3.1. 国内アンケート調査

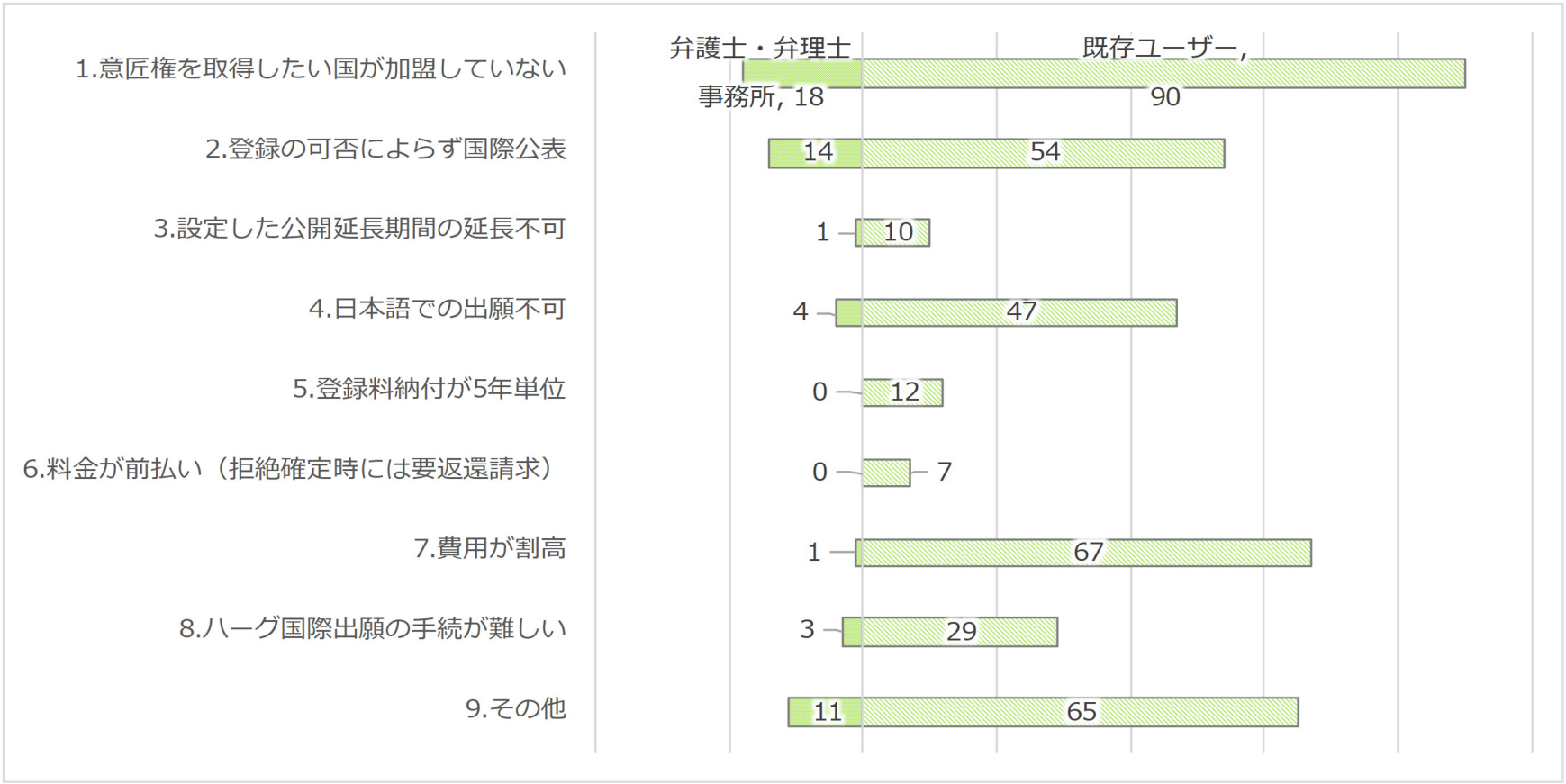


図 54　設問E13：ハーグ制度の利用の障壁

ハーグ制度の利用の障壁として挙げられたのは、「意匠権を取得したい国が加盟していない」（86%）、「費用が割高」（54%）、「登録の可否によらず国際公表」（43%）、「日本語での出願不可」（38%）が多かった。

3.1. 国内アンケート調査

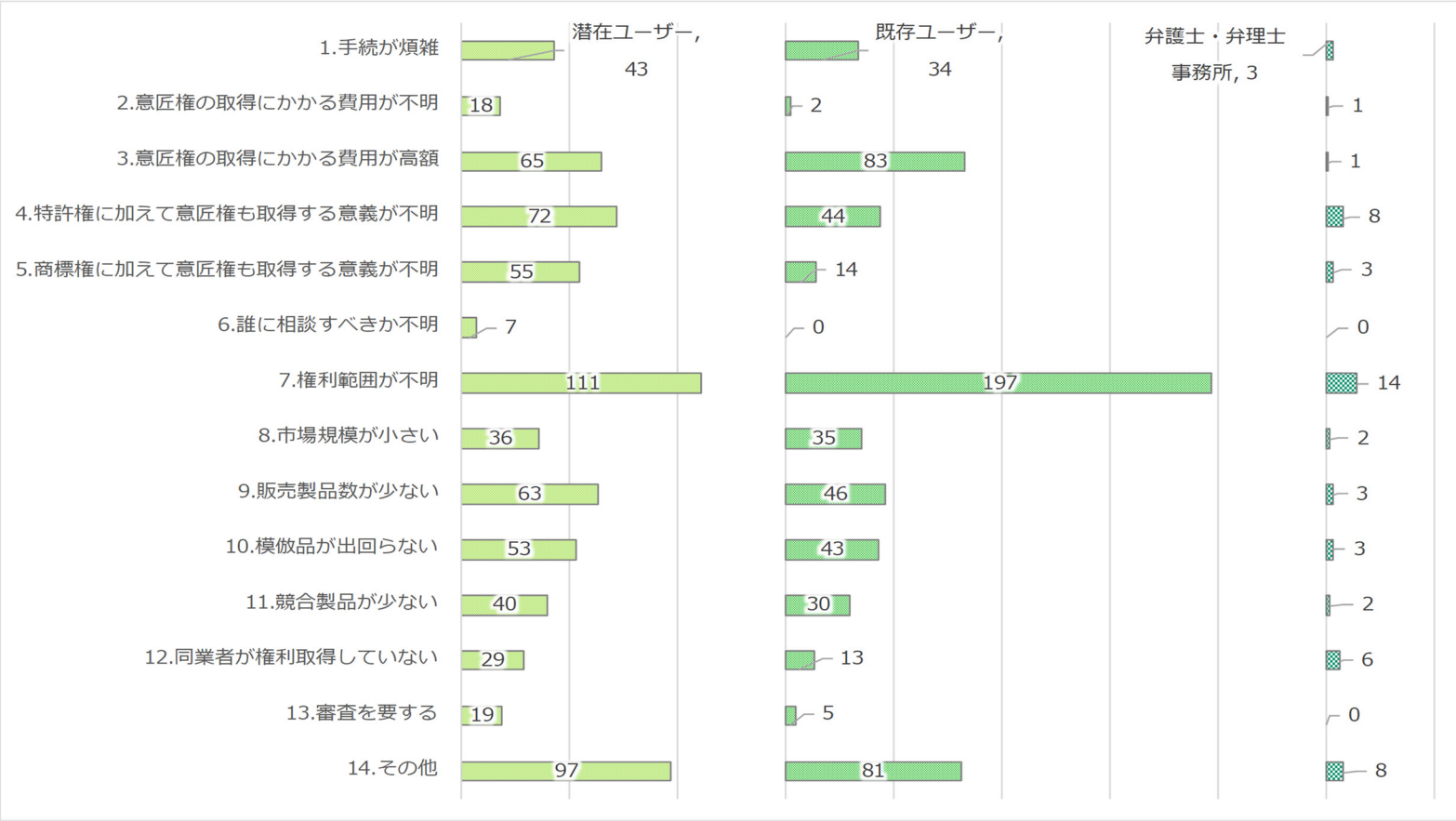


図 60　設問F1：意匠制度を利用する際の障壁

意匠制度を利用する際の障壁についての最多の回答は、「権利範囲が不明」（既存40%、潜在25%、事務所42%）であった。
また、意匠制度を利用する際の障壁として2番目に多かった回答は、「意匠権の取得にかかる費用が高額」であった（既存17%、潜在15%）。
既存ユーザーと比べて潜在ユーザーからの回答が目立って多かったのは、「特許権に加えて意匠権も取得する意義が不明」（既存9%、潜在16%）と「商標権に加えて意匠権も取得する意義が不明」（既存3%、潜在12%）であった。

3.1. 国内アンケート調査

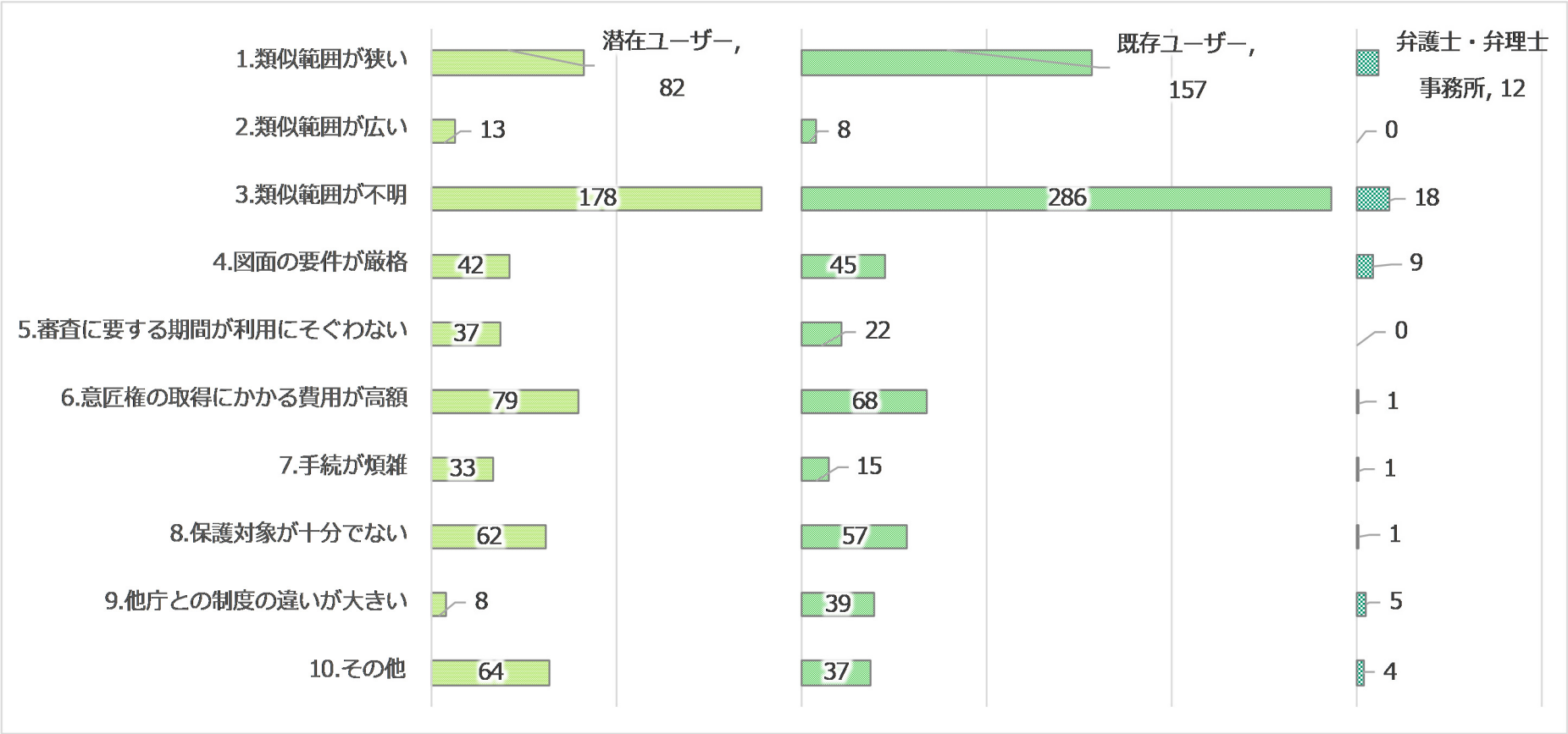


図 62　設問F3：意匠制度の課題

前ページで回答が多かった事項に加え、「類似範囲が狭い」ことも意匠制度の課題として認識されていた（既存32%、潜在18%）。

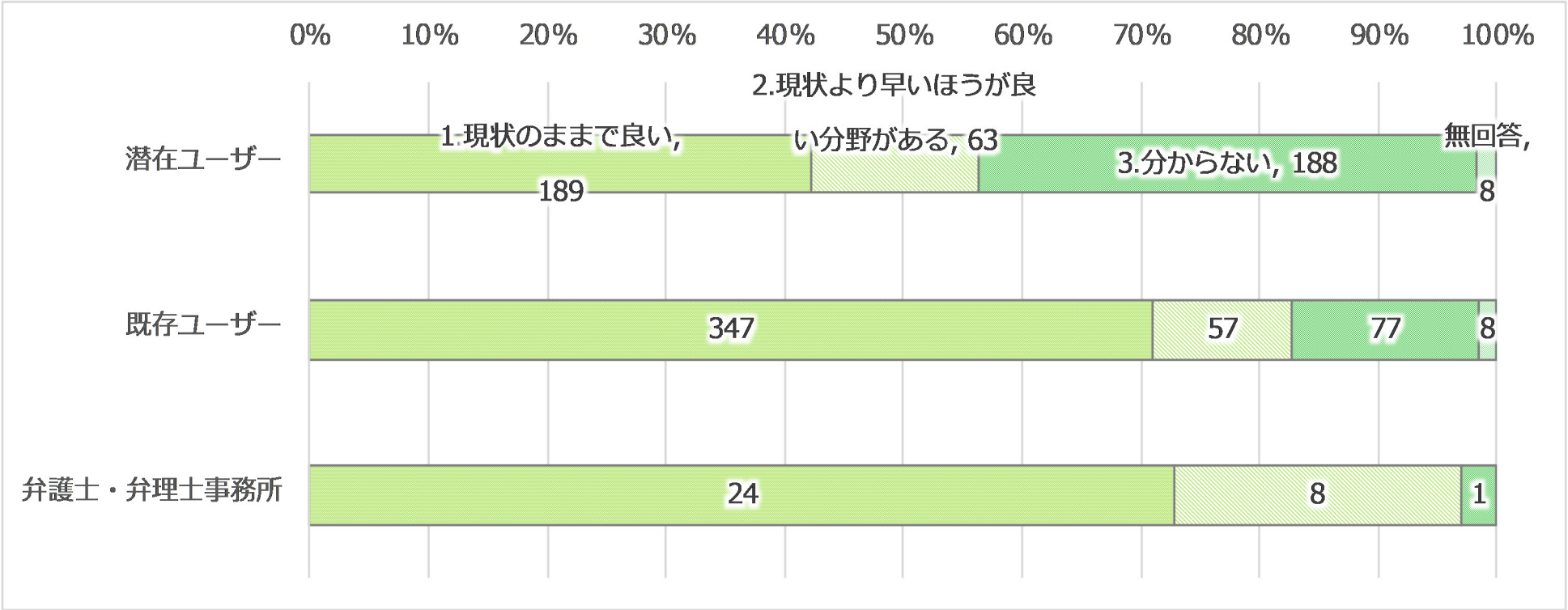


図 64　設問G1：審査のスピード

現状より早い審査スピードを希望する分野があると回答したのは、潜在ユーザーが14%、既存ユーザーが12%、弁護士・弁理士事務所が24%であった。

3.1. 国内アンケート調査

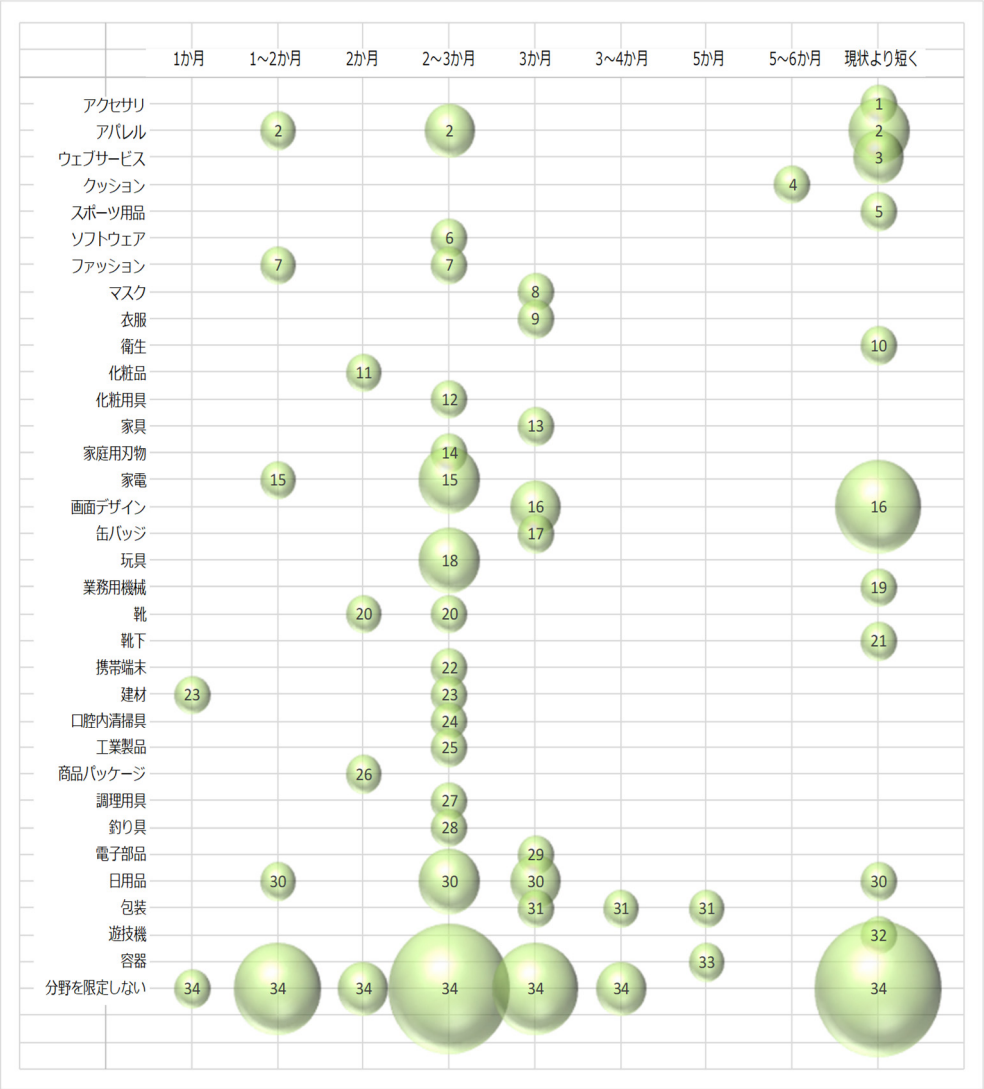


図 66　設問G2：審査が現状より早い方が良い分野と希望する審査順番待ち期間

分野を限定せずに1～2か月程度を希望する回答が比較的多かった。

3.1. 国内アンケート調査

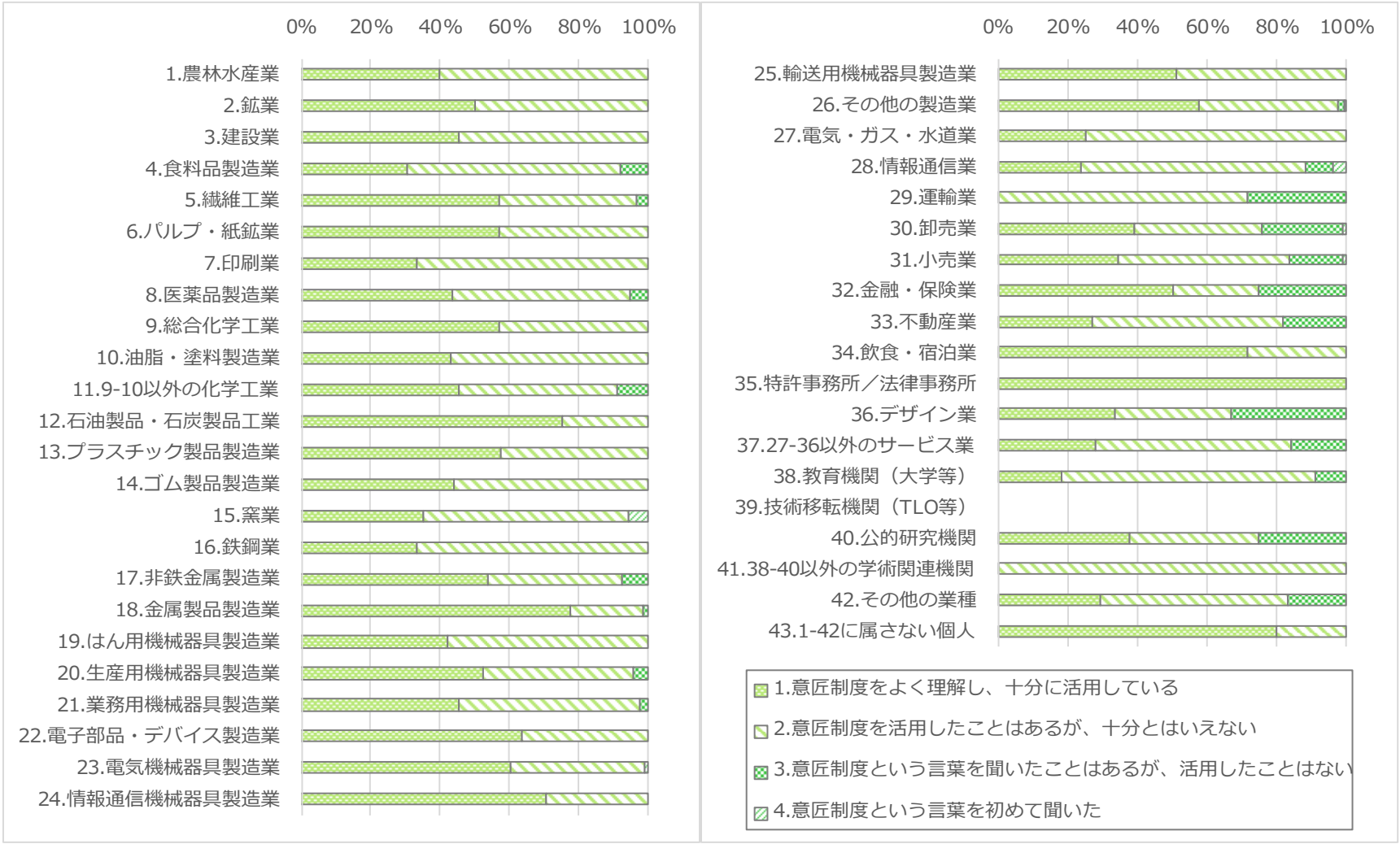


図 74　設問A2×C1：業種×意匠制度の活用度・認知度

業種別に見ると、「意匠制度という言葉は聞いたことがあるが、活用したことはない」との回答が最多の割合となったのがデザイン業（6者中2者）であった。

3.2. ヒアリング調査

潜在ユーザー（9者）、既存ユーザー（8者）、海外企業（外国に本拠地がある企業の日本法人を含む）（5者）、弁護士・弁理士事務所（3者）、大学（2者）に対してヒアリングを行った結果、主に以下の回答を得られた。

（１）意匠制度に対する認知度及びその背景（潜在ユーザーのみ）

ヒアリング対象となる潜在ユーザー（※）に対して、右の選択肢について、ほとんどの回答者がすべての選択肢を把握しており、一部の回答者のみ選択肢11「意匠権に基づく侵害訴訟は少ない一方、警告段階で和解に至るケースが多い」ことについて把握していなかったことがわかった。

※いずれも、「意匠制度をよく理解し十分に活用している」または「意匠制度を活用したことはあるが十分とはいえない」を選択した者であり、アンケート調査の設問C3（以下の選択肢の中で聞いたことがないものはあるか）の回答を得ていなかったため、改めて質問した。

- □ 1. 技術的な側面を重視した、例えば BtoB 製品（電子部品、産業機械など）の外観であっても保護できる
- □ 2. 製品の一部の外観のみを保護できる
- □ 3. 一度公開（展示会や SNS など）してしまうと、そのデザインは原則意匠権を取得できない（※ただし、公開から 1 年以内であれば、所定の書類を提出することで意匠権を取得できる場合がある）
- □ 4. 出願手続は、願書と図面を提出すればよく、基本的にデザインについて文章で説明する必要がない
- □ 5. 出願手続において提出する図面は、写真、CG のほか、見本やひな形の提出に代えることができる
- □ 6. 特許制度のような審査請求制度がない（出願すると全件審査される）
- □ 7. 出願から権利化までに必要な特許庁への納入費用は 24,500 円（出願費用 16,000 円＋1 年目登録費用 8,500 円）
- □ 8. 実用品のデザインを保護しやすいのは意匠権であり、著作権で保護することは難しい（著作権法で保護されるためには、美術の範囲に属する必要がある。ニューヨーク近代美術館に所蔵されるような椅子のデザインであっても著作物性が否定された判例あり）。
- □ 9. 意匠権は外観の権利であるため、専門家でなくても模倣品を発見しやすい
- □ 10. 意匠権は外観の権利であるため、技術は模倣せずに外観だけ模倣した粗悪な模倣品対策に有効
- □ 11. 意匠権に基づく侵害訴訟は少ない一方、警告段階で和解に至るケースが多い
- □ 12. 意匠権によって製品を保護することで、ブランド形成を促進したり、ブランドイメージの毀損を回避できることがある

3.2. ヒアリング調査

（2-ⅰ）意匠出願をあまりしていない理由（潜在ユーザーのみ）

：潜在ユーザー

- デザインが良いからと言って製品が売れるわけではない。入札金額との兼ね合いもあり、費用を抑えるため製品の形状を凝ったものにすることができない。（医療機器製造業）
- ＢｔｏＢ製品を扱っており、製品のデザインが製品が売上を左右するわけではなく、また、使用時には隠れてしまうため、デザインよりも機能性を重視している。（情報通信機械器具製造業）
- 食料品は、既存の形状が基本であるため、意匠には適しにくい。パッケージは、構成要素が多く要部を判断しにくく、権利範囲の解釈が難しい。稀に、業者との共同開発で出願条件等で折り合わないこともある。なお、後から保護しておけばよかったと後悔するケースもある。（食料品製造業）

（2-ⅱ）意匠出願をあまりしていない理由（デザインに注力していても意匠出願していない企業について）

：既存ユーザー

- デザイン賞に応募するもの全てについて意匠出願しているわけではない。技術力が必要な物品の場合、デザイン賞に応募したとしても模倣品が出づらいと思う。模倣品が出回る可能性や、デザイン賞に応募したかどうか等、事業的な観点なども総合的に考えて意匠出願の要否を決めている。（電気機械器具製造業）
- 特定の主力製品分野では、結果的に、デザイン賞に応募する製品を意匠権で保護することが多い。他分野では意匠出願していないものもある。（ゴム製品製造業）

（2-iii）意匠出願をあまりしていない理由（GUIのデザインについて）

：潜在ユーザー　：既存ユーザー　：大学

- 画像意匠の場合、試行錯誤しながらアップデートしているので、秘匿するタイミングとマッチしない。デザインが変わってしまうので意匠権を取得するまでもない。登録時には、既にそのデザインは使っていないことが往々にしてある。携帯電話でもデフォルトの画面と異なり、アプリの画面であればすぐに変えられる。（情報通信業）
- GUIについては、ありふれたデザインの方が高齢者やシステムに強くないユーザーにとって使いやすいため、汎用性の高いものに寄せていくことが多い。結果的に、他者の権利を踏まず、自身の権利としても確保しない状況。（情報通信業）
- GUIについて、物品ではないのですぐデザイン変更されてしまう点において、工数とお金をかけて権利を取る必要性がない。（情報通信業）

- GUIについて、特許要件を満たさないようなときは意匠権で画面デザインを保護している。（電気機械器具製造業）

- GUIの意匠出願を検討するレベルまでは至っていない。また、インターフェースデザインには注力しておらず、特徴的なデザインで形態に説明がつくレベルに至っていない。

（2-iv）意匠出願をあまりしていない理由（建築物のデザインについて）　：潜在ユーザー

- 他の大手ハウスメーカーと同様、同じ建物を作ることはまずない。（建設業）

（２-ｖ）意匠出願をあまりしていない理由（その他）　：潜在ユーザー　：既存ユーザー

- 中国特有のモデルを開発するようになり、中国でのみ販売するモデルについては日本に出願する必要がないため、近年では、中国に直接出願をしている。中国出願をするための基礎出願がなくなったため、国内における意匠出願件数が減ったと考えられる。（その他の製造業）

- 各国でデザインの棲み分けがなされている理由として、医療機器の形状も含めて医療申請をするため、製品のデザイン変更をすると医療申請をやり直す必要が生じるため。（医療機器製造業）
- 医療機器は、製品の品質が人体の安全性に関わるため（特に、手術機器や診断機器）、参入障壁がい。ただし、安全性が比較的確保しやすい機器（例えば、測定機器）においては、中国や韓国メーカーが模倣品を展開することがある。その対策として意匠出願を行っている。（業務用機械器具製造業）
- 製品の技術やデザインが全体として進歩していないのでデザインの変化自体があまりない。（情報通信機械器具製造業）
- デザインが大きく変わるような新製品は、それほど出てこないので、意匠出願につながっていない。（生産用機械器具製造業）
- 建物のデザインコードを決定して以降、デザインを全面刷新する商品も出していないので、数年はほとんど出願していない。（潜在：建設業）
- 製品の開発サイクルが１０年であるため、一製品について１０年に１回しか意匠出願をしない。（潜在：医療機器製造業）
- 自動運転は、ソリューションビジネスであるため、特許出願対象はあるものの、意匠出願対象はない。（潜在：情報通信業）

3.2. ヒアリング調査

（３）意匠出願の目的

：潜在ユーザー　：既存ユーザー

- 自社製品の模倣品が多いため意匠権を取得して模倣品対策を行うために意匠出願する。（生産用機械器具製造業）
- 意匠出願は、特許出願と比べて、審査が早く、登録になりやすいため、他者の実施を牽制するのに適している。（食品製造業）
- 食品業界では、一つの商品が売れると、その商品に似た商品を他社も販売する傾向があるため、他者の後追いを防止するために意匠出願を行っている。（食品製造業）
- 意匠出願件数が少ないことに危機感を感じたことで意匠出願件数を増やした。（生産用機械器具製造業）

- 特許出願の特許請求の範囲で記載しにくい製品であるため特許権を意匠権で補完している。（ゴム製品製造業）
- 日本国内では、特許請求の範囲で記載しにくい製品について、部分意匠や関連意匠の意匠出願で特許権を補完している。（電気機械器具製造業）
- 進歩性などの特許要件を満たさない形状については意匠法による保護を試みている。（電気機械器具製造業）
- 意匠権の権利期間が伸びて、特許に比べて意匠の方が、登録が早く、存続期間も長いため、保護期間について意匠権で特許権を補完している。（輸送用機械器具製造業）

3.2. ヒアリング調査

（３）意匠出願の目的

：海外企業　：大学

- 他社との提携にあたり、日本で意匠出願をしていることで、当社のR＆Dの実力をアピールすることができた。（電気機械器具製造業）
- M＆Aや事業売却の話になると、知財でどのように守られているかが事業価値の大きなポイントになる。意匠を１件も出願していなければ、買い取った後に他社にすぐコピーされるので、当然事業価値も下がる。（輸送用機械器具製造業）
- 意匠は、特許に比べると権利化が早い。デューデリジェンスの段階で、特許は出願したが権利になっていないというリスクがあるが、意匠は権利が取れているという状況だと、バイヤーに対するアピールが多少違ってくると思う。（輸送用機械器具製造業）
- ベンチャー企業をある程度まで孵化させて大手に買い取ってもらうことを目指すなら、知財をしっかりと取っておくべき。事業売却時の知財保護状況が、事業譲渡の対価に影響する。（輸送用機械器具製造業）

- 大学単独出願では、まず、企業とのマッチングにおける呼び水となり、次に、企業との共同研究で生まれた製品を特許権、意匠権でカバーし、社会実装する製品を出していくという二段階と考えている。
- 最も重視しているのはライセンスの収益である。製品化への協力の対価として企業との共同出願に基づいて実施料を受け取ることができる契約を締結する（いわゆる「不実施補償」）。しかし、内容によっては特許出願に至らないことがあるため、企業と共同で意匠権を取得していることで企業から実施料を受け取りやすい。
- 地域のプロジェクトの成果である発明について、進歩性がなかったため特許出願は断念したが、地元企業が販売する際に知的財産権があった方が良いと判断し、大学単独で意匠出願を行った。

（４）知的財産権による多角的な保護　：既存ユーザー　：弁護士・弁理士事務所

- 特許権であれば、意匠権と違い、デザインが多少変わっても同じようなレイアウトを有しているデザインについてまとめて保護することができるため、デザインを特許権で保護している。（輸送用機械器具製造業）
- 特許権の存続期間の方が意匠権の存続期間よりも長い場合があり、また、すぐに模倣品が出る製品分野ではなく早く登録になる必要はない（輸送用機械器具製造業）

- 特許または商標の担当者が代理予定の案件について、併せて、意匠についても検討することは基本の流れである。（弁護士・弁理士事務所）
- 特許弁理士にも、意匠について指導、研修している。企業の事業について、全法域をトータル的にコーディネートして戦略的な出願を考える。（弁護士・弁理士事務所）

（５-ｉ）意匠権の効果（他者への牽制）　：潜在ユーザー　：既存ユーザー

- 他者実施の牽制を目的として、製品の形状が分かる写真の末尾に「意匠出願申請中」の文言を付してニュースリリースしている。（輸送用機械器具製造業）
- リバースエンジニアリングを助けてしまうおそれがあるため、分野や業種や製品に注意しながら特許番号や意匠登録番号を付している。（電気機械器具製造業）
- 新しく参入する分野をはじめ、他者の意匠権を踏まないように気をつけており、他者の意匠公報をチェックしているため、他者からの牽制効果を実感している。そのため、裏を返せば、意匠公報に自社の登録意匠が掲載されることで、他者の知財部門に対する牽制効果があると感じている。（輸送用機械器具製造業）

- 自社の意匠公報を見た競合他社が製品のデザインを変更したことをその他社から聞いた。（食品製造業）

3.2. ヒアリング調査

（5-ii）意匠権の効果（模倣品対策）

：既存ユーザー

- 中国製の模倣品に対して、日本の税関で輸入差止と製品の自主廃棄等を得た。特許権は技術的範囲に含まれなかったため、特許権での権利行使は難しいと判断し、意匠権に基づき、意匠権侵害品の差止めについて税関職員に相談した。（ゴム製品製造業）
- 一部、ロゴが刻印されておらず、製品のデザインが類似しているものが輸入され、輸入後に任意のロゴを入れる売り方をしていたものがあったため、商標権のみではなく意匠権でも差し止めた。（ゴム製品製造業）
- 特許権について侵害訴訟が起きると、模倣品が技術的範囲に含まれるかよりも、特許権の有効性について議論になるケースも多いが、意匠権について侵害訴訟では、意匠権の有効性についてあまり議論になるケースがない。見た目である程度判断できるし、模倣品対策に関しては、意匠権の方が使いやすい。（ゴム製品製造業）

（5-iii）意匠権の効果（インターネットでの削除申請）

：海外企業

- 日本において、ECサイトの販売ページの削除申請をする場合、ECサイトの運営企業によって、ページが削除されるまでの時間が、早いところでは数日、遅いところでは数週間と大分異なる。前者については、デッドコピーへは模倣品の取り下げは早いが、類似品へは対応が遅かった。後者については、弁護士が作成した意匠権侵害の鑑定書を提出しているのに、その後の対応に時間がかかったことがあった。（総合化学工業及び油脂・塗料製造業以外の化学工業）
- 交換部品の模倣品がECサイトで販売されていたため、それに対してエンフォースメントを行ったところ、その交換部品の売り上げが３０％上がったことがあった。（総合化学工業及び油脂・塗料製造業以外の化学工業）

（６）類似範囲が不明

：潜在ユーザー　：弁護士・弁理士事務所

- 重要な製品について意匠で広く保護したい場合に、どの程度の数の関連意匠として出願すれば、本意匠を十分に保護できるのかがよく分からない。意匠は特許と異なり、文言で判断ができず、類似かどうかが分からない。しかし、権利範囲が不明だからといって意匠出願を行わないことはない。（総合化学工業）

- 広く保護したいときに、類似範囲どうしが重なっていればよく、敢えて、関連意匠として出願することにはこだわらない。
- 登録するのが目的ではなく、権利範囲を広く確定できるかどうかを重要視している。
- 意匠を十分に理解している人ならば、意匠出願戦略として関連意匠か、独立した権利をいくつか取るかは、自ら答えが出ると思う。
- 内装、建築物、画像について改正され、内装関係の登録例も増えてきたので、特許庁として類似範囲の解釈をオープンにしてもらいたい。審査基準は改正段階で出ているが、企業側も裁判例がないので、内装や建築物で類似になるかどうか悩む。現時点で内装の類否判断について鑑定依頼を受けた時に、正しい鑑定ができるか不安。

（７）類似範囲が狭い

：潜在ユーザー

- 自社で意匠権を取得したとしても、他者牽制の効果を十分に実感できないことがある。（情報通信業）
- 登録意匠とほとんど同一でないと意匠権侵害が認められないイメージがある。（総合化学工業）

（８）類似範囲が広い

：潜在ユーザー

- 意匠に期待する一番の効果はデッドコピー対策である。デッドコピー対策の意匠を出願する場合、最初から狭い権利範囲を狙っているにもかかわらず、狙いに反して先行する自己の登録意匠により拒絶されることがある。（医療機器製造業）

（９）類似範囲の考え方

：弁護士・弁理士事務所

- 意匠で保護される製品の外観は表現物としての最終成果物であり、特許権は技術的思想で上流のアイディア。そのアイディアと表現物を比べると、表現物の方が狭いのはおそらく事実。ただし、適正な類似範囲と比べて狭すぎるのかを確認して評価する必要がある。
- 意匠権が「狭い」という言い方は、おそらく、意匠権の効力範囲に対して夢を抱いているから狭く感じるのではないかと思う。

（10）意匠権の取得費用が高額

：潜在ユーザー　：既存ユーザー

- 一種類出願したのみでは、権利保護が不十分と感じ、どこまで権利化する必要があるのか不明。容易に権利から外れてしまうのではないか。（建設業、食品製造業）

- 権利取得にかかる費用は、意匠の方が特許よりも安い。しかし、意匠権よりも活用しやすい特許権の方がコストパフォーマンスが良い。（その他の製造業）
- 長い存続期間がある意匠権を長い間維持すると費用がかかるため、新しい意匠出願をする費用が少なくなってしまう。（その他の製造業）

3.2. ヒアリング調査

（11-ⅰ）意匠の審査スピード（早い方が望ましい）　：潜在ユーザー　：既存ユーザー

- パッケージのデザインが決定してから商品の販売開始までは１～６か月しかない。意匠出願の準備期間を十分に取れるよう、また、商品の販売直後から模倣が始まる可能性もあるので、審査期間がもっと短い方が良い。希望としては、商品の販売開始と同時に意匠登録になって欲しい。（食料品製造業）

- 早期審査を申請した意匠出願については1～2か月程度で審査して欲しい。成熟した製品分野では、各社で似たデザインになることもり、他者の意匠と類似と判断される場合、最悪のケースとして金型変更も考えないといけない。（ゴム製品製造業）

（11-ⅱ）意匠の審査スピード（遅い方が望ましい）　：潜在ユーザー

- 意匠出願の審査スピードが早く、製品の発売前（発表前）に意匠公報が発行されてしまうと、その製品のデザインが製品発表前に公開になってしまうため、意匠出願の審査スピードが遅い方が良い。（生産用機械器具製造業）

（11-ⅲ）意匠の審査スピード（その他）　：既存ユーザー

- バッチ審査で審査期間が3～9か月と幅があるが、できるだけ審査期間に幅がない方が望ましい。（電気機械器具製造業）

3.2. ヒアリング調査

（12-ⅰ）ハーグ制度の利用目的及び利用する際の主な障壁（ＯＡ費用）　：既存ユーザー

- アメリカでは意匠出願についてOAをもらうことや、複数意匠については分割しないといけないことが多く、ハーグ出願のコストメリットが少ない。そのため、アメリカへの出願にハーグ制度を利用することは少ない。（電気機械器具製造業）
- ロシアでは、図面の説明について詳細に記載しないといけないため、ハーグ出願でロシアを指定しても拒絶理由をもらう可能性が高い。そのため、ロシアについてはハーグ制度を利用していない。（電気機械器具製造業）
- 実体審査国についてハーグ制度を利用すると、ハーグ出願によって削減できるコストよりも、OAの対応に必要なコストの方が大きくなる傾向にあるため、非実体審査国のみについてハーグ制度を利用している。（電気機械器具製造業）
- 非審査国に出願するときはハーグ制度を利用し、審査国に出願するときはパリ優先権を利用する。（電気機械器具製造業）

（12-ⅱ）ハーグ制度の利用目的及び利用する際の主な障壁（加盟国）　：既存ユーザー

- 中国、タイ、インドネシアにハーグ協定に加盟して欲しいが、未加盟であるため利用機会は多くない。（輸送用機械器具製造業）
- ハーグ協定に中国が加盟すればハーグ制度を利用する機会が増えると考える。欧州よりも中国に意匠出願する企業が多いため、中国がハーグ協定に加盟する場合は、多業種に亘る企業がハーグ制度を活用する可能性が広がると予測している。（その他の製造業）

※本ヒアリング調査時点では、中国はハーグ協定未加盟。

４．総合分析・まとめ

アンケート調査・公開情報調査・ヒアリング調査の結果を総合的に分析した結果、
以下の（１）～（８）の結果が得られた。

（１）意匠制度をあまり活用していないユーザー（潜在ユーザー）の特徴

企業規模別	業種別	具体的業種別	デザイン開発分野別
中小企業　＞　大企業	サービス業　＞　製造業	建設業、食料品製造業、 繊維工業、医薬品製造業、 情報通信業、卸売業、 小売業	ファッションデザイン分野、 パッケージデザイン分野、 サインデザイン分野、 Webデザイン分野

このほか、事業の中期計画や行動指針等の中でデザインについて触れていると回答した者や、ほぼ毎年デザイン賞に応募している又は過去に応募経験があると回答した者の中にも、意匠制度をあまり活用していない者が相当数存在することがわかった。

※詳細はP. 10~15参照

（２）意匠制度についての認知度

意匠制度の特徴のうち、意匠制度の活用経験がない者に知られていないことがわかったのは以下のとおり。

- 審査請求の必要がない（全件審査）
- 見た目の権利なので模倣品を発見しやすい
- 一度公開したデザインは権利化できない
- 出願は願書と図面で足り、文章での説明が不要
- 出願～権利化までに必要な特許庁への納入費用が24,500円
- 製品の一部の外観のみを保護できる
- 技術的な側面を重視した製品の外観も保護できる
- 外観のみ模倣した粗悪な模倣品対策に有効

※詳細はP. 17参照

（３）意匠出願をあまりしない理由

潜在ユーザー（ヒアリング対象9者）が、意匠出願をあまりしない主な理由は、以下のとおり。

- 製品の見た目が売り上げを左右するわけではない
- 競合他社とデザインの棲み分けができている（ブランド力維持のためにお互いに近寄らないようにしている）
- 模倣品が出てこない
- 製品の特性上、外観にあまり変化がない
- 製品開発サイクルが長い
- 意匠出願対象がない（ソリューションビジネスなど）
- （画像のデザインについては）ユーザーにとって使いやすい汎用性の高いものに寄せていくことが多い
- （画像デザインについては）試行錯誤しながらアップデートしている。また。登録時には、そのデザインを使っていないことが往々にしてある。
- （建築物のデザインについては）同じ建物を作ることはまずない

※詳細はP. 35～37参照

（４）意匠出願の目的

意匠出願の主な目的は以下のとおり。

- 模倣品・類似品排除
- 他者への牽制
- 特許権の補完
- 他者権利の非侵害の確認

なお、海外ユーザーからは、Ｍ＆Ａや事業売却を見据えた「事業価値の向上」も出願目的として挙げられた。
また、潜在ユーザーは、特許権や商標権の保護について積極的に検討している一方、意匠権の保護については、既存ユーザーや弁護士・弁理士事務所と比べると消極的であることがわかった。

※詳細はP. 18, 19, 38, 39参照

（５）意匠権の効果

国内における意匠権の活用経験について調査したところ、「他者への牽制」が最も多く、ついで「模倣品・類似品排除」であった。「模倣品・類似品排除」では、「インターネットサイトへの削除申請」が圧倒的に多かった。

※詳細はP. 24, 40, 41参照

（６）意匠制度を利用する際の主な障壁

意匠制度を利用する際の主な障壁として挙げられたのは以下のとおり。

- 類否判断の考え方の不浸透
- 意匠権の取得費用が高額
- 特許権や商標権に加えて意匠権を取得する意義が不明
- ユーザーの期待値よりも狭い類似範囲

※詳細はP. 29, 30, 42, 43参照

（７）意匠の審査スピード

回答者の大多数は、現状（平均FA6か月程度）のままでよいと回答したが、一部のアパレル、家電、玩具、日用品の分野に属する回答者からは、2～3か月を希望する回答があった。また、分野を限定せずに1～2か月程度を希望する声もあった。

※詳細はP. 31, 32, 44参照

（８）ハーグ制度の利用目的及び利用する際の主な障壁

ハーグ制度の利用経験者が、同制度を利用する主な理由は、以下のとおり。

- 単一の手続きで複数国での権利取得
- コスト（代理人費用含む）を抑制できる
- 複数国の意匠権を一元管理
- 現地代理人を選任しなくてすむ

また、ハーグ制度の利用の障壁として挙げられたのは、以下のとおり。

- 指定したい国が未加盟（中国、アセアン）
- 費用が割高
- 登録の可否にかかわらず国際公表
- 日本語での出願不可

※詳細はP. 27, 28, 45参照

禁 無 断 転 載

令和３年度　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ついて
（要約版）

令和４年３月

請負先
一般財団法人知的財産研究教育財団
知的財産研究所
〒101-0054　東京都千代田区神田錦町3丁目11番地
精興竹橋共同ビル5階