

産業構造審議会 知的財産分科会 第8回意匠制度小委員会

富士通におけるデザイン

2018年9月21日

富士通株式会社

法務・コンプライアンス・知的財産本部

富士通の歴史

- 古河電工・シーメンスが発電機等を製造する富士電機製造（株）設立（1923）
- 富士電機製造（株）の通信機部門が分離独立して誕生（1935）
- 通信からコンピュータ、そして、ソリューションビジネスを行う会社へ発展



1. はじめに通信ありき
(1923~1949)

2. 電話から生まれたコンピュータ
(1950~1958)

3. 「通信と電子の富士通」へ
(1959~1969)

4. 国際標準化の波
(1970~1979)

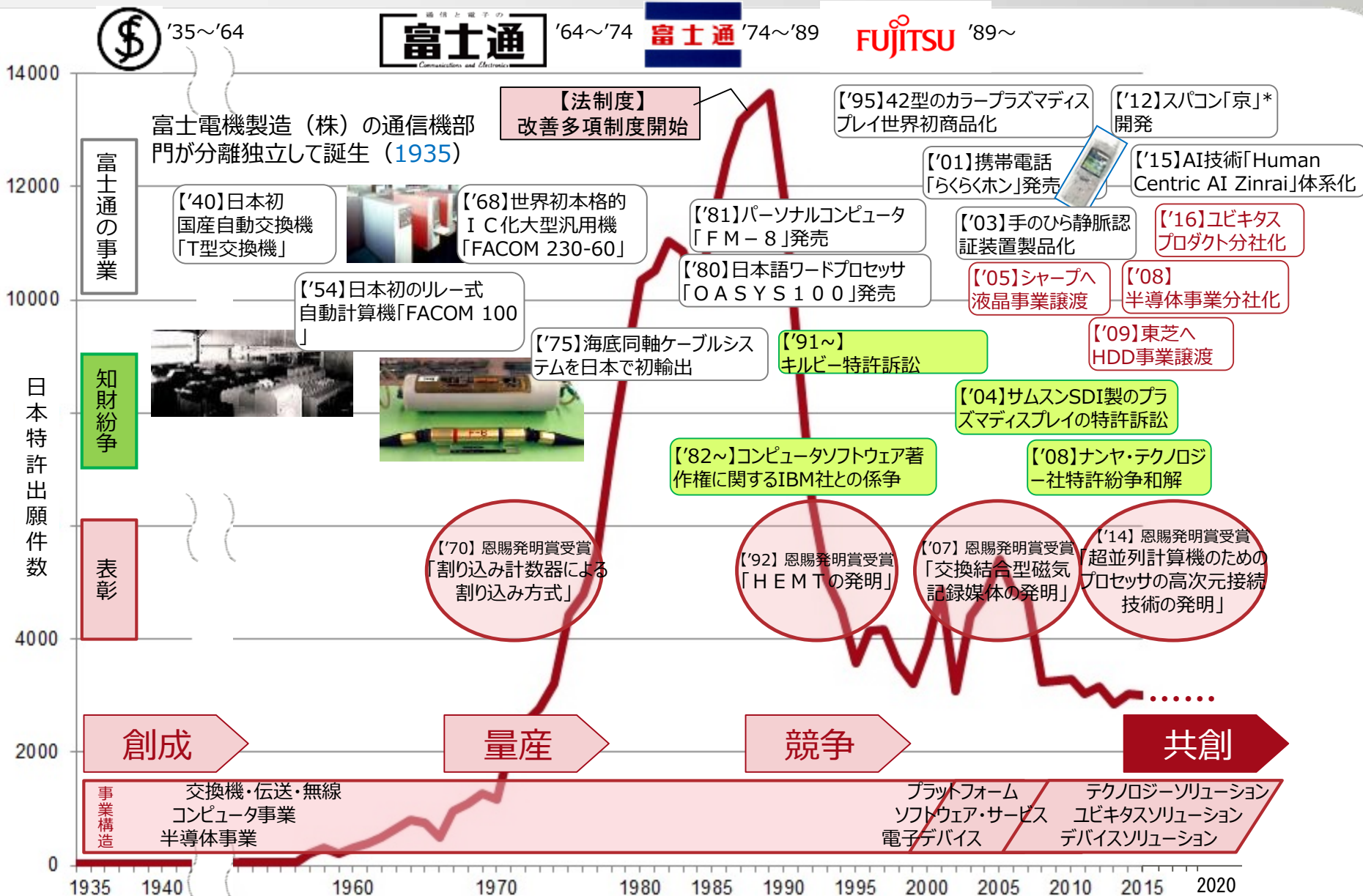
5. 個人にもコンピュータを
(1980~1991)

6. そしてソリューションビジネスへ
(1992~)

7. 人にやさしい豊かな社会を
(2002~)

<http://www.fujitsu.com/jp/about/plus/museum/history/>

富士通知財の歴史(創立83年)



Human Centric Innovation

Co-creation for Success

- デジタル革新の共創はPoC / PoBから
具体的なビジネス成果を出す段階へ
- データから価値を生み出し、
ビジネスと社会のサクセスを実現

ヒューマン セントリックな未来

- AIが進化する中、どのような未来を創るのかを選択しなければならない
- 成功はAIではなく、それを使う人にかかっている
- 様々な分野で発生するデータと人々の知見をつないでヒューマンセントリックな価値を共創

- デジタル技術
クラウド、モバイル、IoT
アナリティクス、AI、
ロボティクス、それらを
支えるセキュリティなど
相互につながった
技術の集合体

第4の波

AIとロボティクス

第3の波

Internet of Things / 500億以上 (2020年)

第2の波

Mobile Internet / 100億 (2010年)

第1の波

Internet / 10億 (2000年) ユーザー数/デバイス数

■ つながるサービス

- AI、IoT、クラウド、セキュリティを中心としたデジタル技術をつないで、データを価値に変換するインテリジェントなサービスを提供



産業のデジタル革新

- Knowledge Integration
- インダストリー・プラットフォーム



プラットフォームとエコシステム

- Digital Business Platform MetaArc
- オープンイノベーション

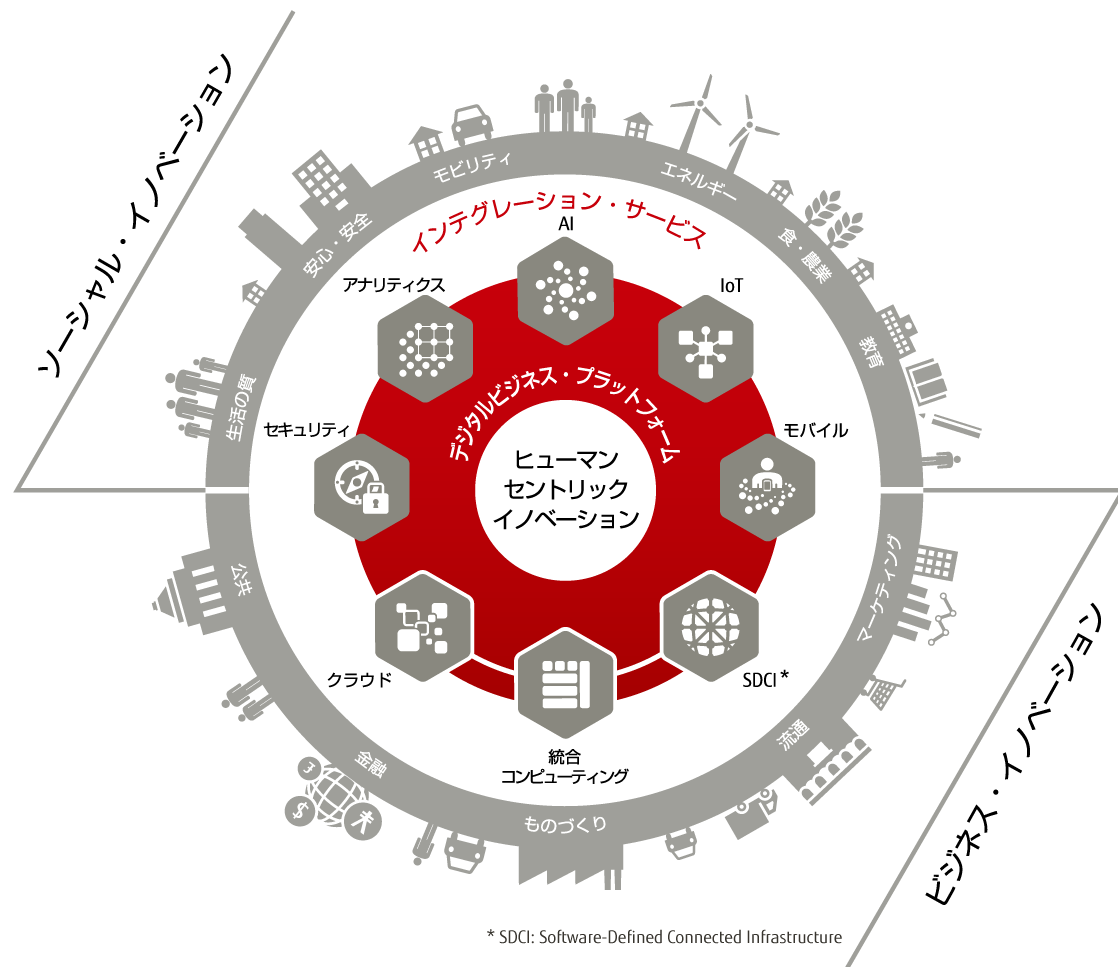


テクノロジー・ブレイクスルー

- Human Centric AI Zinrai 「説明可能なAI」
- デジタルアニーラ、など

■ お客様のパートナーとして

- 柔軟性や拡張性を兼ね備えたハイブリッドITを実現する製品とサービス
- 様々なデジタル・サービスとハイブリッドITをインテグレートし、デジタル時代の新たなITを提供



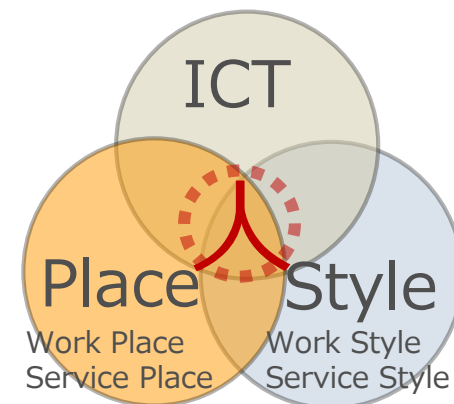


新しいビジネスを実現するために、
将来ビジョンを構想し、それを実現する「もの」、「こと」をデザインする

お客様視点でICT利活用のあるべき姿を考える



新たな経験価値
Experience Vision



お客様に提供したい
本当の価値を追求

「人々の経験や行動原理、人間の欲求」をベースにして、
感動・驚き・愛着・共鳴・共感が感じられる新たな経験を考える。

今までの意匠出願①

■ 意匠出願の対象：消費者向け製品（いわゆるガラケー等）



携帯電話



携帯電話初期画面



PCデザイン

- 購買時点における差別化イメージの形成
- 機能による差別化の体感のためのデザイン
- 使用感・保有感に働きかけるデザイン
- ブランド全体のイメージ形成のためのデザイン

古典的なデザインによる差別化の考えが機能する領域

今までの意匠出願②

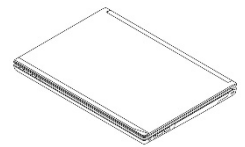
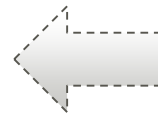
■ 意匠出願の対象：システム製品（サーバー等）



システム製品



ファイルシステム筐体



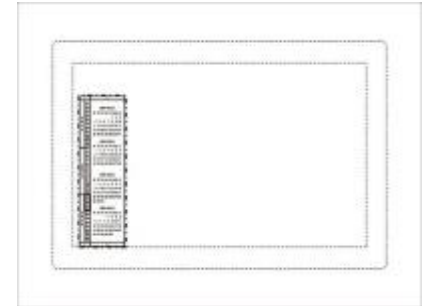
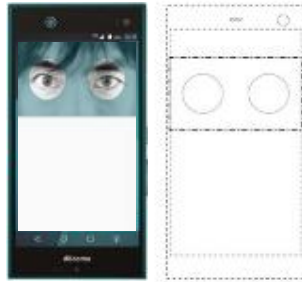
PCデザイン

- デザインによる購買行動は期待できない分野
- 機能先進性を表現するためのデザイン←但し、体感には至らない
- ブランド全体のイメージ形成のためのデザイン←PCとの統一性

デザインの有用性が希薄に感じられる状況

今までの意匠出願③

■ 意匠出願の対象：画像デザイン



携帯電話初期画面

虹彩認証画像

医療システムのカレンダー機能画像

- 画面の一体化による製品デザイン
- 機能先進性を表現し、体感するためのデザイン
- 画面の操作性の先進性を体感し、他社差別化のためのデザイン

古典的なデザインによる差別化に加えて
デザイン自体が機能性を持つ

- 外観やUIのデザインだけではなく、サービスなどを含めたビジネスモデル全体の設計がなければ売れない時代に。

ハードウェア及びソフトウェアによる強み

シニア向けのサービスの拡充

はっきりボイス

あわせるボイス2

さらに聞きやすい!
雑音の中でも通話が快適!

VoLTE (HD+)
x
HCE

ダブルマイク

ゆっくりボイス

便利に使う機能

大きなアイコンボタン

便利なワンタッチダイヤル

縦スクロールが

つながったサービスが価値創出をリードする

SNS

健康管理

つながるサービスを支える意匠出願

■ 意匠出願の対象：価値提供の仕組みの一環としてのデザイン



- 顧客に伝えるテクノロジーを表現するためのデザイン
＝デザインはテクノロジーの価値を体現する

あくまでもテクノロジーを人に伝えることが優先、
デザインが邪魔をしない。

つながるサービスと意匠権①

エンゲージメント・バンキング

- インターネット、モバイル・バンキングの普及により、顧客との接点が拡大
- 日常生活の中で、いつでもどこでも金融サービスを利用できる環境を提供
 - スマートフォンを用いて、その場で住宅ローンの申し込み*



*オーストラリア コモンウェルス銀行のサービス

つながるサービスと意匠権②

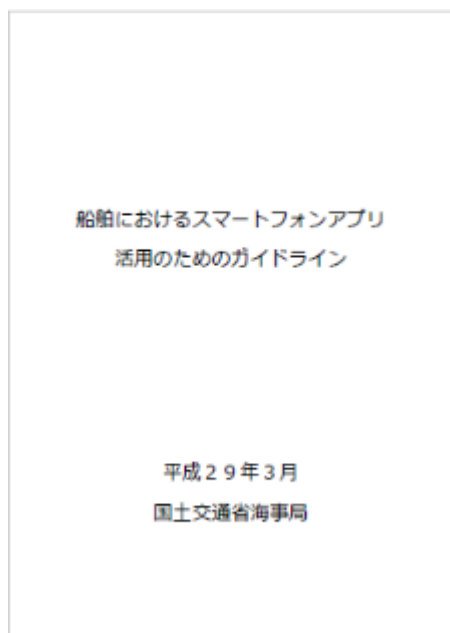
- 共創領域はどこか？
 - コア技術の領域はどこか？
 - ユニバーサルデザイン、安全性等のための共通化領域はどこか？
- ⇒ どのデザインを意匠権で保護すべき？



*オーストラリア コモンウェルス銀行のサービス

■ 船舶の航行管理のためのアプリケーションでの警告画面

- 各社開発のソフトウェア画面のデザインにかかわらず、他船接近警告の場合共通の表示をするよう要請。
- 大音量の警告音と振動も併用する。



共通化領域における画像デザイン②

- ユーザーの快適さのため人間工学等による配置を追求するとデザインが共通なものになる場合がある。

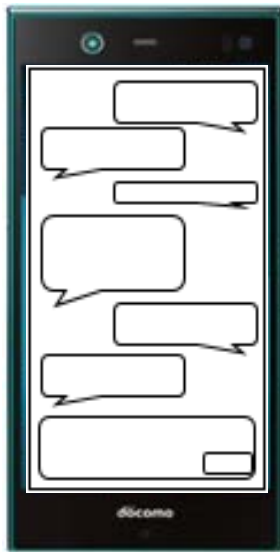


50音やアルファベットの標準的な順序、人の指先のサイズ等を考慮すれば画面のデザインが同一に向かうことがある。



ユーザーの使い勝手の確保の観点からは、意匠権による独占が妥当ではない場面があるのではないかな。

- 一分野で広く用いられている表現手法が、他の分野でも一般的な表現手法として定着することがある。

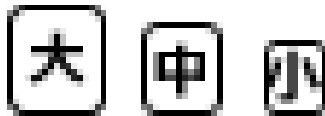


漫画などの会話で一般化しているモチーフを用いることで画面デザインが同じような配列や表現に向かう場合がある。



ユーザーになじんだ表現方法採用の観点からは、意匠権による独占が妥当ではない場面があるのではないか。

- 直観的な操作性確保のために感覚に訴えやすいデザインが採用されることがある。

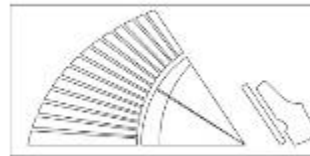
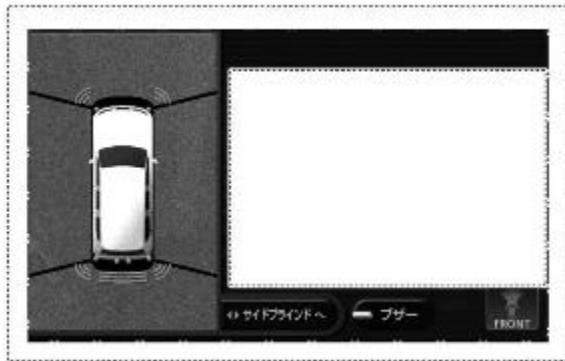
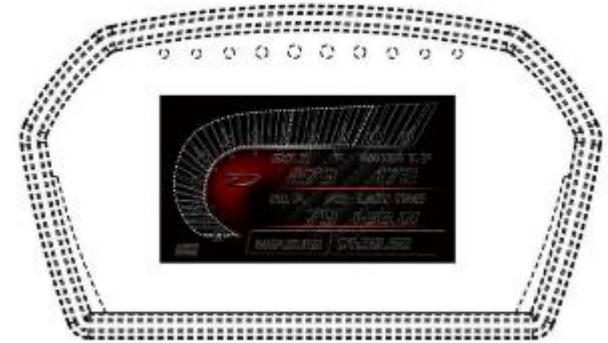
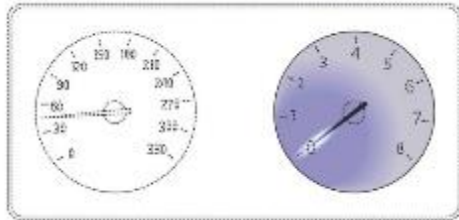


わかりやすさを追求することで
誰もが感覚的に理解しやすい
デザインを積極的に活用する
場合がある。



ユニバーサルデザインの観点からは、
意匠権による独占が妥当ではない場面が
あるのではないかな。

■ 自動車の画像デザインに関する図面例。



安全性確保の観点から、よりユーザビリティへの配慮が求められる場合の意匠権の役割は？

その他画像デザインに関する懸念①

■ 物品性

- 物品性をなくし、画像そのものに関する権利を認めることは、権利が広範になりすぎる懸念がある。デジタルイノベーションの時代におけるデザインの在り方を考えた場合、広範な画像デザインの権利は、開発に萎縮効果をもたらす懸念がある。

■ クリアランスの工数とコスト

- クリアランスの工数とコストが、過大な負担となる。
- 標準的な規模の業務アプリでは、「基本画面」と称する画面は2～300あると言われており、これらの画面を、コスト、納期に影響を及ぼさない範囲で調査を行うことは極めて困難。
- アジャイル開発のような短時間での開発が求められる場合や、今後のライフサイクルの短縮化が生じた場合は、より困難性が増す。

その他画像デザインに関する懸念②

■ クリアランスのツール

- 現在では、有効な画像検索ツールがない。
- Graphic Image Parkでも的確な検索が難しい。

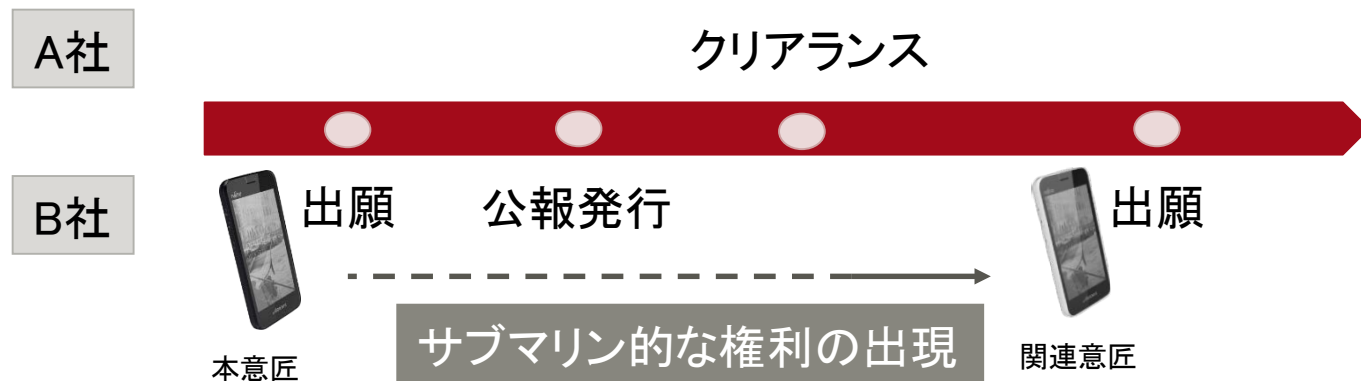
ex. 意匠登録第1458143号の検索結果（ヒット件29,909件）
関連意匠は2381番目にヒット
（2018.9.13現在）



意匠法改正全般に関する懸念①

■ 関連意匠制度

- 関連意匠制度について、公報発行日後における関連意匠の登録が可能になった場合、自社の画像デザインについて、クリアランスを行った日以降に、第三者の類似デザインがサブマリン的に登録されるおそれがある。



- 関連意匠にのみ類似する関連意匠の登録を認めると、類似の無限連鎖による権利範囲の拡大が生じる懸念がある。
- 関連意匠の存続期間についても、時間的な無限連鎖が生じる懸念がある。

■ 空間デザイン制度

- 現行法でも「組立て家屋」は意匠法の保護対象。応用美術への著作権の適用も拡大しており、現状で十分ではないか。
- 店舗やオフィス等の内装デザインを意匠の保護対象にすることについては、不正競争防止法に基づく判例においても保護については抑制的な判断。例えば、ITの分野におけるマシンルームのレイアウトについても、冷却の効率等から、デザインが意図せず近似する可能性がある。現行の不競法での保護で十分ではないか。

■ 意匠権の存続期間の延長

- 意匠権の存続期間を25年に延長することについては、米国が15年、韓国が20年、中国10年であることを鑑みると、日本における延長の効果が疑問。
むしろ、プロダクトライフサイクルは短縮化に向かう可能性が高い。
- 存続期間の延長に併せて、意匠権の存続期間の起算日を、登録日から出願日に変更することについては、出願日に遡及して賠償請求等を可能にする意図ならば、権利行使を受けた側との公平性の担保が必要。

2016年～ デジタル革新時代に向け、未来を構想するデザインを強化

2010年代～ IoT/ビッグデータ時代、共創デザインの拡大

2000年代～ ユビキタスプロダクトのデザイン拡大とグローバル展開

1990年代～ ユニバーサルデザインの確立と啓蒙、ビジネス展開

1986年～ ソフトウェアに対するGUIデザインの確立・拡大

1975年～ ハードウェアエルゴノミック・デザインの確立

“デザイン”とその役割

「視覚を通じて美感を起こさせる」という役割だけではなくなっている。

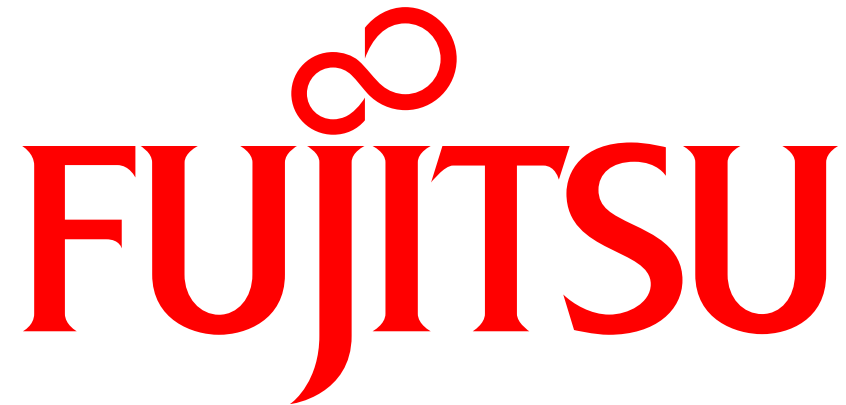


- 製品やサービスの機能自体を体現し、機能へのユーザーのアクセスを容易にする。
- 高度で複雑なテクノロジーの価値を示す。
- 将来のありたい姿を提案する。
- ビジネスモデル全体へのイメージを反映する。

意匠・デザインは全体の価値デザインに奉仕するためのもので
共通化領域における独占権が価値デザインを損なうべきではない。



意匠法の改正は“デザイン”の役割の変化を踏まえ多面的な議論をお願いしたい。



shaping tomorrow with you