

## 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について

特許庁審査第一部意匠課企画調査班

〈要約〉特許庁は、令和3年度特許庁産業財産権制度問題調査研究の1つとして、「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、意匠制度の潜在ユーザー及び既存ユーザー約1,000者から得られた回答に基づくアンケート調査結果及びヒアリング調査結果に基づき、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やユーザーニーズについて、意匠制度の効果的な周知に資する情報収集及び分析等を行った。本稿では、当該調査研究の結果概要を紹介する。

### 1. はじめに

#### (1) 調査研究の背景と目的

令和2年9月に産業構造審議会知的財産分科会の下に設置された基本問題小委員会において、今後は意匠制度の周知を強化するとともに、ユーザーニーズを踏まえた意匠制度の一層の魅力向上に向けた検討を進めるべき、との提言がなされた。

これを踏まえ、国内外の企業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、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とすることを目的に、令和3年度特許庁産業財産権制度問題調査研究の1つとして、本調査研究を実施した（委託先：一般財団法人知的財産研究教育財団知的財産研究所）<sup>1</sup>。

#### (2) 調査研究の方法

##### ①アンケート調査

国内企業等（大企業、中小企業、ベンチャー企業、大学、研究機関、デザイナー、弁護士、弁理士

事務所、外国に本拠地がある企業の日本法人等）2,200者を対象に、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、アンケート調査票を送付して調査を実施した。970者より回答を得た（回答率：44.1%）。

本調査では、意匠制度の利用が少ない潜在的ユーザー（以下、「潜在ユーザー」という。）、既に意匠制度を一定程度利用している既存のユーザー（以下、「既存ユーザー」という。）、また、意匠出願等の代理実績が比較的多い弁護士・弁理士事務所に分類し、調査・分析を行った。

なお、潜在ユーザーについては、特許又は商標の利用経験がある又はデザイン開発に注力しているものの、近年意匠登録がない又はあってもごく僅かである企業等、計1,170者を抽出した<sup>2</sup>。また、既存ユーザーについては、近年意匠登録が一定数ある企業等、計972者を抽出した<sup>3</sup>。弁護士・弁理士事務所については、近年の意匠登録出願の代理件数により、計58者を抽出した<sup>4</sup>。

1 報告書の全体版及び要約版は、特許庁ウェブサイトの以下のページに掲載。

<https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/zaisanken-seidomondai.html>

2 「潜在ユーザー」の具体的な抽出条件は、次のとおり。意匠の登録件数（2018～2020年）が3件以下であり、かつ、特許と商標を合計した登録件数（2018～2020年）が10件以上又は近年（2020～2021年）マスコミ等に掲載された若しくは各種主要デザイン賞を受賞した製品等を有する企業等

3 「既存ユーザー」の具体的な抽出条件は、次のとおり。意匠の登録件数（2018～2020年）が11件以上ある企業等、日本を指定国とした国際意匠登録出願の利用経験のある外国企業の日本法人等、又は、近年（2020～2021年）マスコミ等で注目された若しくは各種主要デザイン賞を受賞した製品等を有する企業等であって意匠の登録件数（2018～2020年）が3件超若しくは国際意匠登録出願の利用経験のある企業等

4 意匠登録出願の代理件数（2011～2020年）が330件以上の弁護士・弁理士事務所

## ②ヒアリング調査

アンケート調査結果に基づく中間分析結果及び公開情報調査結果を踏まえて、アンケート調査結果についてさらに深掘りすべく、ヒアリング調査を実施した。

ヒアリング対象は、ヒアリングでの協力が可能と回答いただいたユーザーの中から、アンケート調査での回答や意匠登録出願件数（代理件数）等を考慮し、計22者を選定した（潜在ユーザー11者（うち、大学2者）、既存ユーザー13者（うち、外国に本拠地がある企業の日本法人等5者）、弁護士・弁理士事務所3者）。

## ③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、意匠登録出願の目的、意匠権の効果、意匠制度を利用する際の主な課題、意匠の審査スピード、ハーグ制度の利用のメリット及び利用する際の主な課題の各観点から分析を行った。

## 2. 調査研究の結果概要

### (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

意匠制度の活用が進んでいないユーザーは、以下の特徴があると考えられる。

- ・企業規模別では、大企業より中小企業
- ・業種別では、製造業よりサービス業
- ・具体的業種別では、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・デザイン開発分野別では、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一定数存在することが分かった。

こうした潜在ユーザーへの普及啓発が、意匠制度の活用促進に一定の効果を発揮するものと考えられる。

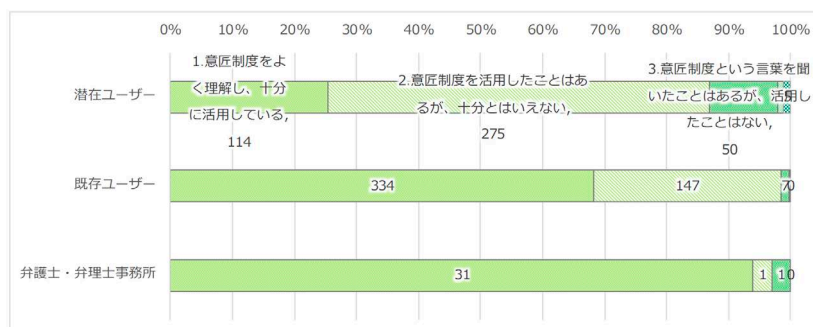
### (2) 意匠制度についての認知度

潜在ユーザーのうち、「意匠制度を活用したことはあるが、十分とはいえない」「意匠制度という言葉聞いたことはあるが、活用したことはない」「意匠制度という言葉聞いたことがない」と回答したのは75%であり、既存ユーザーの32%と比べると非常に多くなっている（図1）。

「意匠制度という言葉聞いたことはあるが、活用したことはない」「意匠制度と言う言葉を聞いたことがない」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、以下のとおりであった。

- ・審査請求の必要がない（全件審査）（20者）
- ・見た目の権利なので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、文章での説明が不要（16者）
- ・出願～権利化までに必要な特許庁への納入費用が24,500円（15者）

図1 意匠制度の活用度・認知度



- ・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）

また、潜在ユーザー（「意匠制度をよく理解し、十分に活用している」又は「意匠制度を活用したことはあるが、十分とはいえない」と回答した9者）に対するヒアリング調査の結果では、「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」ことを知らない者が複数いた。

意匠制度の活用が進んでいないユーザーに対しては、特に上記の点を説明することが効果的であると考えられる。

### (3) 潜在ユーザーが意匠登録出願をあまりしない理由

ヒアリングを行った潜在ユーザー（前記9者）が、意匠登録出願をあまりしない主な理由は、以下のとおりであった。

- ・製品の見た目が売り上げを左右するわけではない（B to B製品を扱う企業を中心に）
- ・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お互いに近寄らないようにしている）
- ・参入障壁が高いため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
- ・意匠登録出願対象がない（ソリューションビジネスなど）

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）同じ建物をつくることはまずない

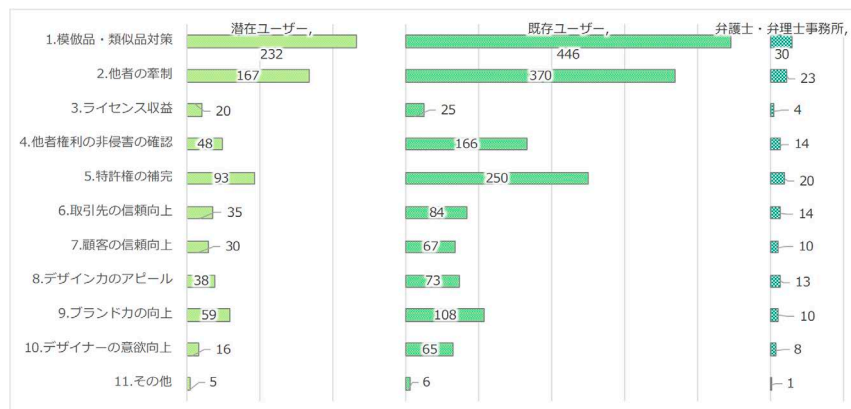
### (4) 意匠登録出願の目的

意匠登録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（図2）。「特許権の補完」については、ヒアリング調査において、「特許請求の範囲で記載しにくい製品について意匠権で補完」「特許要件を満たさない形状については意匠権により保護」「特許と比べて、登録が早く、存続期間も長いので意匠権で補完」といった回答があった。

なお、海外ユーザーに対するヒアリング調査においては、M&Aや事業売却を見据えた「事業価値向上」も出願目的としているとの意見があった。

また、関連意匠及び部分意匠の利用経験がある者の割合は、既存ユーザーでは、それぞれ84%、91%であるのに対し、潜在ユーザーでは、それぞれ29%、40%にとどまった。

図2 意匠登録出願の目的



このことから、特に潜在ユーザーに対し、関連意匠や部分意匠を活用することで自社デザインを効果的に保護することができる点をしっかり伝えていく必要があると考えられる。

## (5) 意匠権の効果

国内における意匠権活用経験については、「他者を牽制した」が最も多く（既存38%、潜在14%）、次いで「模倣品・類似品を排除した」（既存24%、潜在5%）であった（図3）。

牽制効果についてヒアリングしたところ、『「意匠出願申請中」と記載して牽制する」といった意見が複数あったほか、「自分が他者の意匠公報によって牽制されているため、裏を返せば、自社の登録意匠も他者を牽制していると感じている」「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」といった意匠公報による牽制効果に関する意見があった。

模倣品対策についてヒアリング調査を行った結果、「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、意匠権侵害品の差し止めについて税関職員に相談した」「特許権について侵害訴訟が起きると、特許権の有効性について議論になるケースも多いが、意匠権の有効性については議論になるケースがほとんどなく、模倣品対策に関しては、意匠権の方が使いやすいと思う」「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」といった意見があった。

既存ユーザーと潜在ユーザーをあわせた「模倣品・類似品を排除した」との回答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」が件数としては圧倒的に多く（33者42,975件）、次いで「警告後、和解」（67者374件）、「税関による

図3 国内における意匠権の活用経験や効果

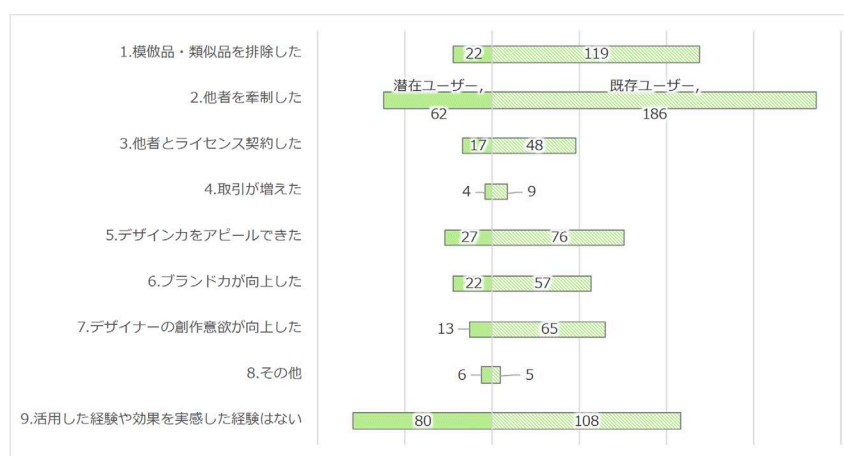
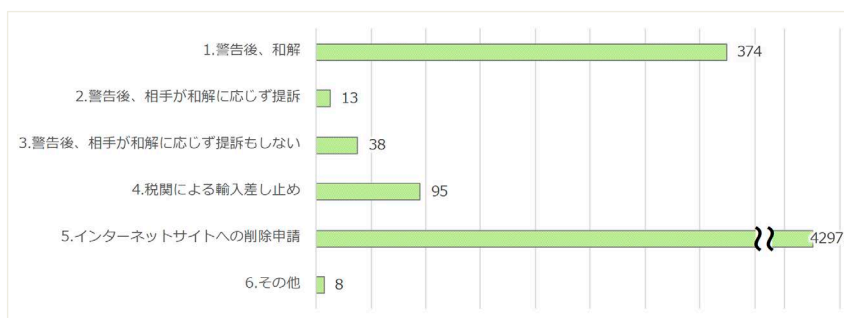


図4 国内における模倣品・類似品への権利行使をしたケースの合計件数





輸入差し止め」(14者95件)であった(図4)。

以上のように、意匠権の効果を実感できた体験が多数あるにもかかわらず、その効果が十分に認識されていない点に課題があり、今後はこうした実例をしっかりと説明していくことが効果的であると考えられる。

なお、2021年5月に意匠法及び商標法が改正され、海外の事業者が模倣品を郵送等により日本国内に持ち込む行為が権利侵害行為となることが明確化された。これを踏まえ、2022年3月に関税法が改正され、当該行為に係る物品が「輸入してはならない貨物」として、税関の取締りの対象となった。これらの改正法が2022年10月1日に施行されたことにより、個人で使用する場合であっても、海外のECサイトで商品を購入するなどして、海外の事業者から送付される物品が意匠権を侵害する模倣品である場合、税関による没収の対象となった。これにより、意匠権が模倣品・類似品対策の有効なツールとしてより多く活用されることが期待される。

## (6) 意匠制度を利用する際の主な課題

### ・類否判断の考え方の不浸透

意匠制度を利用する際の課題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(図5)。しかし、既存ユーザーや弁理士・弁護士事務所の方が、潜在ユーザーより

も多く回答していることからすると、権利範囲が不明と感じていながらも意匠権が必要であれば出願しているものと考えられ、このことが意匠出願を躊躇する決定的な要因ではないと考えられる。ヒアリング調査においても、「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」という意見があった。

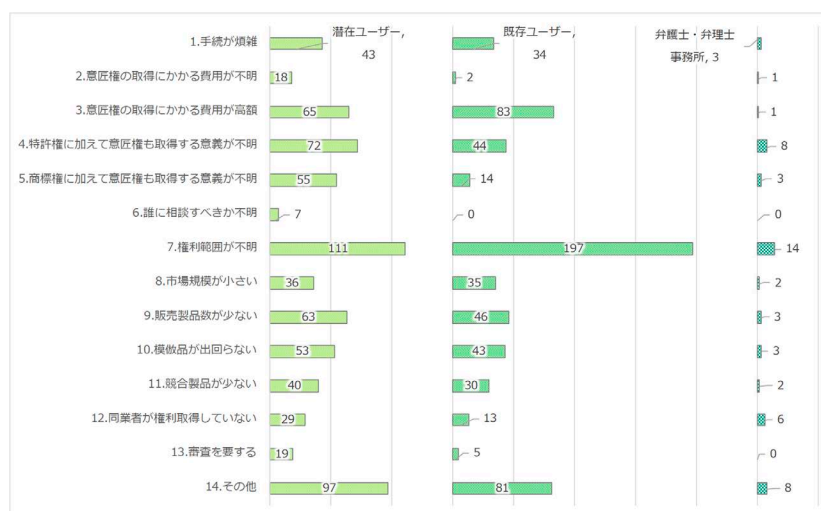
意匠の類似範囲が不明であること的主要原因として、①意匠の類否判断について判示した判決が少ないこと、②意匠は登録になったものののみ公開されるため、拒絶になった意匠出願の経過情報が閲覧できず、審査官による意匠の類否判断結果を知る機会、実際に意匠出願をして新規性等の拒絶理由を通知されたときしかなく、③上記①②の状況を背景として、意匠の類否判断についての研究が、学者・企業を問わず進んでいないことなどが考えられる。

こうしたユーザーに対しては、関連意匠や拒絶査定不服審判の審決などの実例を多数交えて、意匠の類否判断の考え方を説明していくことや、過去の審決や裁判例における考え方に則して意匠審査における類否判断の手法を子細に解説した意匠審査基準の内容の紹介などを行っていくことが有効であると考えられる。

### ・意匠権の取得費用が高額

意匠制度を利用する際の課題として2番目に多

図5 意匠制度を利用する際の課題



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%）（図5）。意匠権1件を取得する費用は、出願料16,000円と登録料8,500円であるため、他の産業財産権と比較しても高額であるとは言えず、ヒアリング調査において「1件出願したのみでは、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」との回答があることから、これは、1つのデザインをしっかりと保護するためには、部分意匠や関連意匠など複数の意匠出願で保護する必要があることから、全体として高額になる、と捉えられているのではないかと考えられる。

こうしたユーザーに対しては、関連意匠や部分意匠等を活用して広く保護することの意義や効果について、事例を交えて説明することが効果的であると考えられる。

・特許権や商標権に加えて意匠権を取得する意義が不明

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（図5）。

特許権又は商標権のみでは対応できず、意匠権があれば対応できる事例や、意匠権のメリットに焦点を当てた普及啓発が必要であると考えられる。

## （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、潜在ユーザーの14%、

既存ユーザーの12%、弁護士・弁理士事務所の24%が、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（図6）。主にアパレル、家電、玩具、日用品の分野においては、2～3か月を希望する回答が多く、分野を限定せずに1～2か月程度を希望する回答も比較的多かった（図7）。ヒアリング調査においては、「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ほしい」といった意見もあった。

他方、「製品の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よい」といった意見も少なからずあった。

## （8）ハーグ制度の利用のメリット及び利用する際の主な課題

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（代理人費用を含む）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（図8）。ヒアリング調査においては、OA費用も含めたコストメリットが出るようにハーグ制度を利用する（例えばOA発生率の高い米国やロシアは指定せずに直接出願するなど）との意見もあった。

他方、ハーグ制度の利用上の課題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%）

図6 審査のスピード

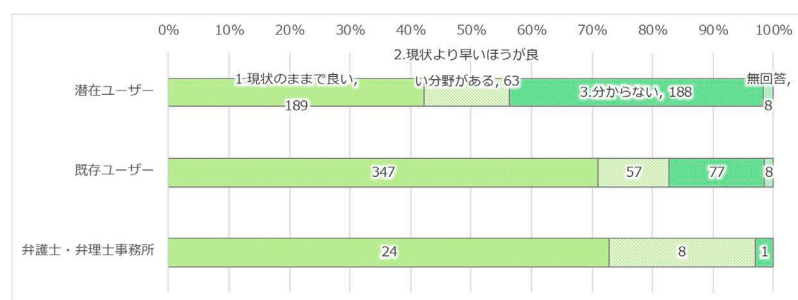


図7 審査が現状より早い方がよい分野と希望する審査順番待ち期間

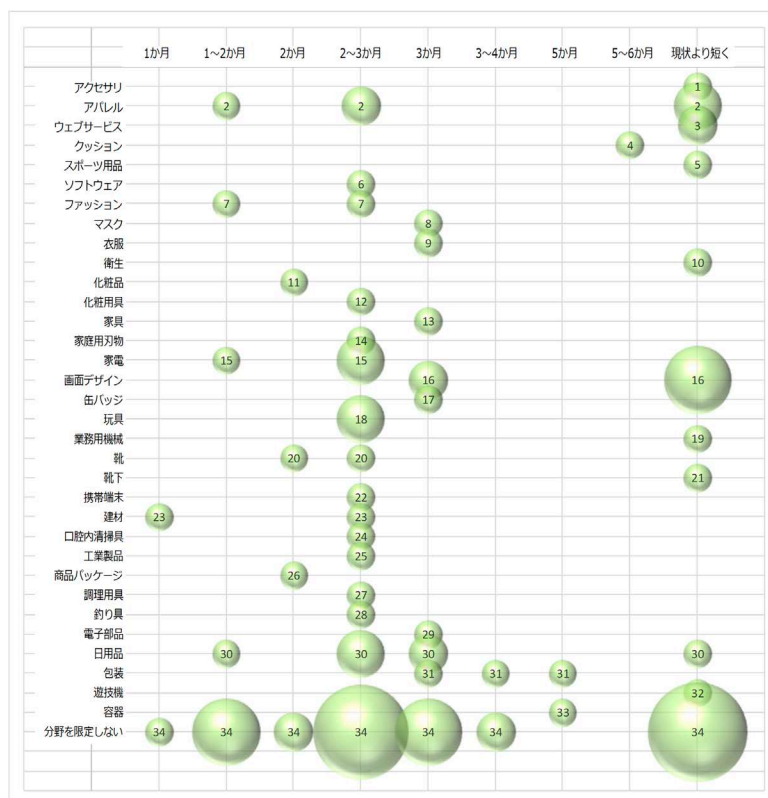
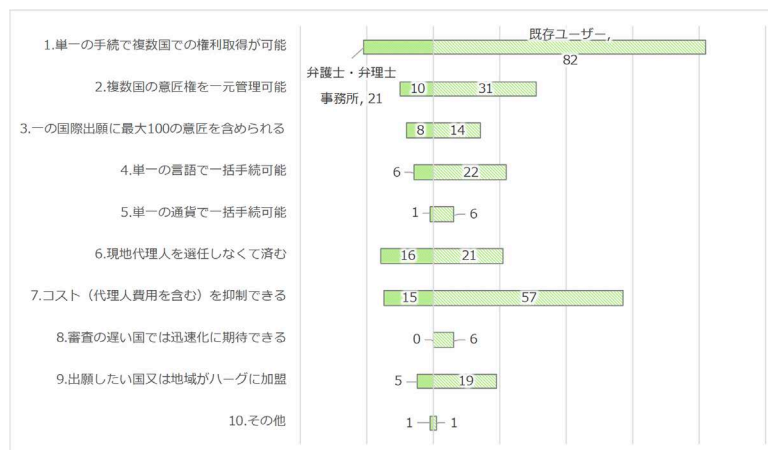


図8 ハーグ制度を利用する理由

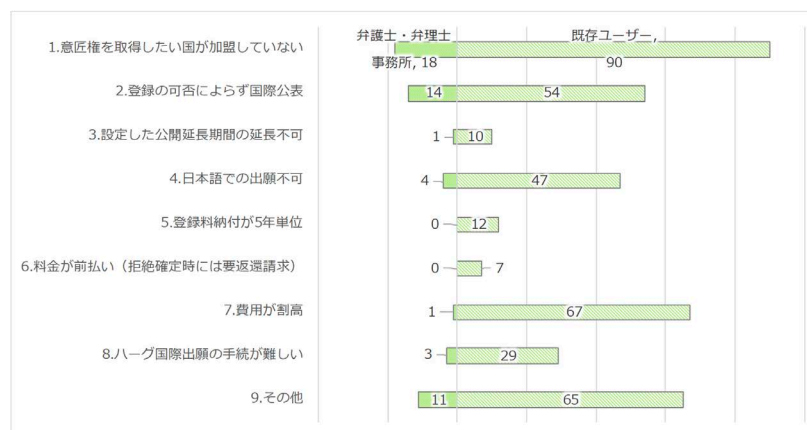


が多かった（図9）。ヒアリング調査においては、「非実体審査国へはハーグ制度を利用し、実体審査国へは直接出願する」といった意見があった。また、加盟を希望する国としては中国、東南アジアが挙げられた。

本調査研究のアンケート調査実施後の2022年1月には、ハーグ協定の改正規則が施行し、国際公表の標準公表期間が6月から12月に延長され、さらに出願後に早期公表を請求することも可能となった<sup>5</sup>。日本での審査結果を確認した上で国際公表の判断を

5 [https://www.jpo.go.jp/system/design/hague/wipo-oshirase/wipo\\_publication\\_202112.html](https://www.jpo.go.jp/system/design/hague/wipo-oshirase/wipo_publication_202112.html)

図9 ハーグ制度の利用上の課題



するという使い方も利用しやすくなったと言える。また、2022年5月に中国がハーグ協定に加入した。東南アジア諸国においても、ハーグ協定加入を見据えた法改正の検討が進んでいる<sup>6</sup>。こうしたハーグ制度の変化に伴い、日本企業によるハーグ制度の利用が進むことが期待される。

### 3. おわりに

特許庁意匠課では、意匠制度の活用促進に向けた様々な取組を行っている。

令和元年意匠法改正により意匠法の保護対象が拡充され、新たに画像、建築物、内装の意匠も意匠登録をすることが可能となり、意匠制度を活用し得るユーザーの裾野が従前より広がった。

こうした中、2022年1月に、「改正意匠法に基づく新たな保護対象（画像・建築物・内装）の意匠登録事例」を、2022年9月に「画像を含む意匠の関連意匠登録事例集」をそれぞれ特許庁ウェブサイトで公表した<sup>7 8</sup>。ユーザーが出願を検討する際や知財管理等の参考となる登録事例をまとめたものである。

さらに、2022年3月には、意匠制度の活用方法が

4コマ漫画で分かるガイドブック「みんなの意匠権 十人十色のつかいかた」を発行した<sup>9</sup>。本ガイドブックは、初めて意匠制度に触れる方や、意匠制度をより効果的に活用されたい方、ほかの産業財産権制度ほど意匠制度になじみがない方に向け、意匠制度の基本やメリット、ビジネスに合わせた活用方法、出願手続の基本等を1冊にまとめたものである。意匠制度をオールインワンで紹介するものは初めての公表であり、潜在ユーザーのみならず、既存ユーザーにも活用しやすい説明資料となっているので、ぜひ一読いただきたい。

また、意匠審査においても、社会全体としてテレワークが浸透する中、ユーザーと審査官が円滑にコミュニケーションをとれるよう、面接や電話等による連絡手段の拡充等を行った<sup>10</sup>。

今後も、本調査研究の結果を踏まえつつ、多様な創作を行う意匠制度ユーザーや意匠制度ユーザーとなりえる者が、ビジネスの一助として意匠制度を活用いただけるよう、様々な取組を行っていきたい。

末筆となるが、本調査研究にご協力いただいた関係企業等の皆様にこの場を借りて感謝申し上げたい。

6 一例としては、2022年4月、マレーシア知的財産公社（MyIPO）が意匠法改正に向けた意見募集を実施  
<https://www.myipo.gov.my/wp-content/uploads/2022/04/Public-Consultation-for-New-Design-Legislation.pdf>

7 [https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/kaisei\\_hogo.html](https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/kaisei_hogo.html)

8 [https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/kanren\\_isho.html](https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/kanren_isho.html)  
 本誌p.108にも関連記事を掲載

9 [https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/info/minnana\\_ishoken.html](https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/info/minnana_ishoken.html)

10 オンライン面接手段の拡充及び審査官がテレワーク中でも電話連絡できる手段の整備（※）、補正案等の送付手段の拡充、特許庁HP掲載意匠審査スケジュールのリニューアル、審査状況何書の提出手段の拡充等  
 （※）2022年10月、リーフレット「DX時代における意匠審査官とのコミュニケーション」を特許庁ウェブサイトに掲載  
[https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu\\_isho\\_communication.pdf](https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/document/panhu_isho_communication.pdf)