

【意匠法】

画像デザイン・ 空間デザインの保護 ー2019年意匠法改正後の 状況と実務対応ー



大江橋法律事務所 弁護士
松本 健男

▶ PROFILE

t-matsumoto@ohehashi.com

第1 はじめに

2019年5月17日に公布された特許法等の一部を改正する法律(令和元年5月17日法律第3号)は、意匠法の大改正を含むものでした(以下では、この改正を指して「2019年意匠法改正」といいます。)。2019年意匠法改正の中でも、実務に対する影響が特に大きいものの1つが、意匠法による保護対象の拡充(改正後意匠法2条、8条の2)です。同部分は、2020年4月1日に施行されました。施行から2年余りが経った現在、新たな保護対象についての意匠登録件数も増え、制度の利用状況が少しずつ明らかとなり始めています。他方で、新たな保護対象についての意匠に関する審判事件、訴訟事件の蓄積はほとんどなく、紛争になった場合の見通しはまだまだ難しいところも多いという状況にあります。

本稿では、このような今の時期だからこそ、施行後今日に至るまでの状況をご紹介します。実務上の対応に際しての1つの視点をご提供したいと思います。新しい制度ですから学問的に興味深い論点もあるところですが、今回は、学問的に踏み込んだ問題は捨象し、ビジネス上の戦略という観点に絞ってご紹介します。

第2 改正の概要

1 2019年意匠法改正前の「意匠」

まず、意匠法による保護対象の拡充につき、改正内容を再確認しておきたいと思います。2019年意匠法改正前には、「意匠」は「物品(物品の部分を含む。…)の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合であつて、視覚を通じて美感を起こさせるもの」と定義されていました(改正前意匠法2条1項)。このように、意匠登録を受けることのできる「意匠」であるためには、物品又はその部分の形状等であること、言い換えれば物品と不可分一体となったデザインであることが必要であり、このことは「意匠の物品性」と呼ばれていました。画像デザインについては、産業界のニーズに対応するために、法改正による対応も行われていましたが、これもあくまでも、物品の形状等の保護の範囲内において、画像デザインの保護を図るものにすぎませんでした。

2 画像デザイン及び空間デザインの保護ニーズと2019年意匠法改正

しかし、物品と不可分一体ではない画像デザインや空間デザインについても、そのデザインを保護すべきニーズがあるとされ、画像デザインや空間デザインについては意匠の物品性を要求することなく意匠法の保護対象とすべきではないかという議論がされました。

具体的には、2019年意匠法改正に向けた議論がなされた

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのものに依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

産業構造審議会知的財産分科会意匠制度小委員会の場では、これらの保護のニーズについて、次のような説明がされていました。画像デザインについては、まず、昨今、個々の機器がネットワークでつながるIoTの普及に伴い、特にGUI(グラフィカルユーザーインターフェース)の役割が大きくなっているところ、GUIの表示場所は、物品に限らず壁や人体等にまで拡大するなど多様化しており、このような画像を保護するニーズがあることが指摘されました。また、近年、サーバーからネットワークを通じて個々の端末等に直接様々なサービスを提供するクラウドサービスが浸透しており、このようなネットワークを通じて提供される画像を保護するニーズについても指摘されました。

次に、空間デザインについては、昨今、モノのデザインのみならず、コト(経験)のデザインを重視する観点から、店舗デザインに投資して独創的な意匠を凝らし、ブランド価値を創出して製品・サービス等の付加価値や競争力を高める事例が見られるようになっており、ブランド価値の創出の観点から、建築物(不動産)のデザインを保護するニーズが高まっているとされました。加えて、内装に関して、近年、オフィス家具・関連機器を扱う企業が、自社の製品を用いしつつ特徴的なオフィスデザインを設計し、顧客に提供する事例が生じているとして、家具や什器等の複数の物品等の組合せや配置、壁や床等の装飾等により構成される内装が全体として統一的な美感を起こさせるような場合には、一意匠として意匠登録を認めて保護を図るべきであるとされました。

3 2019年意匠法改正による保護対象の拡充

前記のようなニーズを踏まえて、2019年意匠法改正では、保護対象が拡充され、画像(但し、「機器の操作の用に供される」画像又は「機器がその機能を発揮した結果として表示される」画像に限られます。)、建築物、内装の意匠が保護対象となりました。

具体的な条文は、以下のとおりです(下線部が改正箇所です。)

(定義等)

第二条 この法律で「意匠」とは、物品(物品の部分を含む。以下同じ。)の形状、模様若しくは色彩若しくはこれらの結合(以下「形状等」という。)、建築物(建築物の部分を含む。以下同じ。)の形状等又は画像(機器の操作の用に供されるもの又は機器がその機能を発揮した結果として表示されるもの)に限り、画像の部分を含む。次条第二項、第三十七条第二項、第三十八条第七号及び第八号、第四十四条の三第二項第六号並びに第五十五条第二項第六号を除き、以下同じ。)であつて、視覚を通じて美感を起こさせるものをいう。

2 この法律で意匠について「実施」とは、次に掲げる行為をいう。

一 意匠に係る物品の製造、使用、譲渡、貸渡し、輸出若しくは輸入又は譲渡若しくは貸渡しの申出(譲渡又は貸渡しのための展示を含む。以下同じ。)をする行為

二 意匠に係る建築物の建築、使用、譲渡若しくは貸渡し又は譲渡若しくは貸渡しの申出をする行為

三 意匠に係る画像(その画像を表示する機能を有するプログラム等(特許法(昭和三十四年法律第二百一十一号)第二条第四項に規定するプログラム等をいう。以下同じ。))を含む。以下この号において同じ。))について行う次のいずれかに該当する行為

イ 意匠に係る画像の作成、使用又は電気通信回線を通じた提供若しくはその申出(提供のための展示を含む。以下同じ。)をする行為

ロ 意匠に係る画像を記録した記録媒体又は内蔵する機器(以下「画像記録媒体等」という。)の譲渡、貸渡し、輸出若しくは輸入又は譲渡若しくは貸渡しの申出をする行為

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみに依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスを御受け頂ければと存じます。

3 (略)

第三条～第八条 (略)

(内装の意匠)

第八条の二 店舗、事務所その他の施設の内部の設備及び装飾(以下「内装」という。)を構成する物品、建築物又は画像に係る意匠は、内装全体として統一的な美感を起こさせるときは、一意匠として出願をし、意匠登録を受けることができる。

その後、保護対象の拡充に対応するための意匠法施行規則の改正、意匠審査基準の改訂が行われた上で、保護対象の拡充に係る部分は、前述のとおり、2020年4月1日に施行されました。

第3 施行後の登録状況

特許庁は、2019年意匠法改正に関する情報を提供するための特設ウェブサイトを設けており(https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/seidogaiyo/isyuu_kaisei_2019.html)、その中で、改正意匠法に基づく新たな保護対象についての意匠登録出願動向が整理されています。本稿執筆時点では、2022年8月1日時点で取得可能な件数が掲載されており、画像の意匠2,965件、建築物の意匠790件、内装の意匠579件が出願されており(審査中のものも含みます。)、そのうち、画像の意匠1,425件、建築物の意匠431件、内装の意匠251件が登録されています。

具体的な登録事例は、もちろん独立行政法人工業所有権情報・研修館が提供する特許情報プラットフォーム(J-PlatPat)

(<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>)で検索することもできますが、特許庁は、前記特設ウェブサイト内において、特に参考となる事例を抜粋した意匠登録事例集を公表しています。

登録事例集には様々なものが掲載されており、創作性が一見して非常に高いと思われるものもたくさんあります。しかし、中には、既存のデザインとそれほど大きな差がないように見えるものも登録されているという感想を聞くこともあります。もちろん意匠として登録が認められるためには、出願時において新規性があるだけでは足りず、出願意匠の属する分野における通常の知識を有する者(当業者)が、日本国内又は外国において公然知られ、頒布された刊行物に記載され、又は電気通信回線を通じて公衆に利用可能となった形状等又は画像に基づいてその意匠の創作を容易にすることができたものではないこと(創作非容易性)が必要です(改正後意匠法3条2項)から、既存のものと比べて相応の相違はあるはずです。しかし、ここで要求される創作非容易性は、建築物が建築芸術と評価されるような場合の基準とは全く異なり、ある程度のレベルで足りるということです。

第4 ビジネスチャンスに

前記のような、意匠法施行後の状況を踏まえて、企業としては、何を検討するべきでしょうか。まず、画像・建築物・内装の意匠の登録を、貴社の「攻め」のツールの一つとして利用することが考えられます。

2019年意匠法改正前は、保護対象が限定されていたため、意匠制度は、特定の業界以外の企業にとってはあまり関心の対象ではありませんでした。しかし、ここが2019年意匠法改正の最も重要な点ですが、同改正によって保護対象が広がったことによって、いわば、意匠制度というグラウンドのプレイヤーが爆発的に増加したと言えます。

例えば、カフェを運営している企業は、これまで、普通は、意匠制度

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみに依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスを御受け頂ければと存じます。

とは縁がありませんでした。意匠登録を武器にすることもできない一方、他の企業が登録している意匠を知らぬ間に侵害してしまうというおそれも、基本的には、ありませんでした。ところが、2019年意匠法改正によって、この状況は一変しました。カフェを運営している建築物や内装に工夫を凝らしてブランディングをすることはこれまでも行っていた企業もあるでしょうが、建築物や内装の意匠を登録することで、これを意匠権として独占することが可能となりました。他社が類似のデザインを使用することは原則としてできないわけですから、建築物や内装のデザインを利用したブランディングが格段にしやすくなったといえます。全ての店舗の建築物や内装を統一のデザインにしてブランドイメージを作って展開するというやり方もあり得ますし、あるいは、逆に、取得した建築物、内装の意匠は1つの店舗でしか用いないこととすることで、日本で一店だけの「オンリーワン」の空間としてアピールするというやり方もあり得るでしょう。チェーン店で、提供されているメニューは他店舗と同じであるという場合でも、空間が「オンリーワン」であれば、顧客からのイメージは全く違ったものとなる可能性もあるかもしれません。

また、例えば、予約やデリバリーの注文を受け付けるようなウェブサイトを持っているとすれば、そのウェブサイトの画像について意匠登録ができる可能性もできました。ウェブサイトの画像に工夫を凝らしてそれを意匠権として独占して武器にするという道も生まれたことになります。

第5 ビジネスリスクを避けるために

■ 想定されるリスク

意匠権を武器として積極的に活用することまでは考えていない企業も、2019年意匠法改正を無視することは危険です。最たるものは、ウェブサイトでしょう。今回、ウェブサイトのデザインのよ

うなものも画像の意匠として登録が可能となったことで、自社のウェブサイトを開設している企業であれば知らないうちに他社の登録している画像の意匠権を侵害してしまうという事態が発生しかねないことになりました。今日では、業種を問わず、ほとんどの企業が自社のウェブサイトを持っていることと思いますので、まさに、意匠制度というグラウンドのプレイヤーが爆発的に増加したことを端的に示す例であると思います。

また、建築物や内装についても油断はできません。同業他社の店舗や事務所の建物や内装についてはある程度認識している場合が多いでしょう。しかし、注意すべきことがあります。それは、特許庁の現在の意匠審査基準によれば、建築物の類似性は、用途及び機能を基準として判断され、用途及び機能の判断基準について、「審査官は、両意匠の詳細な用途及び機能を比較した上でその類否を決するまでの必要はなく、両意匠の使用の目的、使用の状態等に基づく用途及び機能に共通性があれば、両意匠の用途及び機能が類似すると判断する。」とされていることです。意匠審査基準は、さらに、『住宅』、『病院』、『レストラン』、『オフィス』のように、人がその内部に入り、一定時間を過ごすという点で、用途及び機能に共通性があるものは、それらの建築物の用途及び機能は類似すると判断する。」としています（特許庁「意匠審査基準」第Ⅳ部第2章6. 2. 3(1)）。

審査基準は、審査に関する法令の行政解釈であり、審査官を名宛人とした特許庁の内部的ガイドラインに過ぎず、裁判規範性はありませんが、実務上は大きな事実上の影響力を持っています。審査基準の中でも、意匠審査基準は、意匠の裁判例が少ないこともあって、特に大きな事実上の影響力を持っていますので、意匠権侵害に関する裁判における意匠の類否の判断においても同様の判断基準が採られる可能性はある程度高いと言えます。意匠権の侵害が問題となる事案において、前記のような判断基準によれば、人が内部に入り、一定時間を過ごす建築物でさえあればその用途及び機能は類似すると判断されることになります。例えば、病院を運営する医療法人が、病院の建物とするつもりで

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのものに依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスを御受け頂ければと存じます。

建築物の意匠Aを登録していた場合に、ホテルを運営する企業がホテルを建設するにあたって、登録意匠Aを知らずに偶然それと類似するデザインの建物を建ててしまった場合、医療法人の意匠権を侵害していることとなり、損害賠償請求や差止請求をされてしまうおそれがあるということです。

内装の意匠についても、意匠審査基準は、「内装の意匠同士の用途及び機能の類否判断を行う場合は、原則全ての内装の意匠の用途及び機能に類似性があると判断する。」という解釈を示しています（特許庁「意匠審査基準」第IV部第4章6. 2. 3(1)）。

② リスクを避けるための方法

このようなリスクを避けるために、新しい店舗をオープンしたりウェブサイトのリニューアルしたりすることを考える場合には、事前に、FTO (Freedom to operate) 調査を行うというのが正攻法です。FTO調査は、クリアランス調査、侵害予防調査などとも呼ばれ、今回のテーマで言えば、自社が作ろうとしているウェブサイトや店舗の建築物、内装が他社の意匠権を侵害していないかのクリアランスを行うということです。この調査は、モノづくりをしている企業等であれば馴染みがあり、自社で行うことも可能ですが、自社で行うことが難しい場合には、弁理士に依頼することも可能です。もっとも、画像、建築物、内装の意匠については、そもそもデザインの類否について特許庁の審決や裁判所の判決が積み重なっていないこともあり、FTO調査を行っても侵害のおそれの判断にリスクが伴う場合があります。

そこで、考えられる一つの方法として、防衛のために意匠権の出願を行ってしまうという方法があります。例えば、次の店舗で使ってみようと思う内装デザインがある場合には、事前に、内装の意匠として出願を行っておくのです。意匠登録の審査にあたって、審査官は、他社が先に出願している意匠や既に使っている内装のデザインと比較して類否の判断を行いますから、無事に

意匠登録がされたということは、他社の意匠権を侵害しているおそれはかなりの程度払拭されます（審査官が類否判断を誤る可能性等が残るため、絶対に大丈夫というわけではありません。なお、本稿では踏み込みませんが、審査官の判断に誤りがあったため意匠登録が無効審判によって取り消されたというような場合でも、一定の救済措置はあります。）。

このような方法を採用する場合、防衛のためというのが出願の一番の目的ではありますが、せっかく意匠登録するのでから、前記のように積極的に武器としても使っていくということも考えられます。

第6 おわりに

本稿では、2019年意匠法改正を踏まえ、意匠法をビジネスチャンスとして活かし、あるいは、ビジネスリスクとなることを防ぐという観点から、ご説明させていただきました。もっとも、新たな保護対象に関しては、今後、徐々に特許庁の審決や裁判所の判決が積み重なっていくと予想されるところ、そこで示される判断次第では、採るべき実務対応も変わる可能性があります。具体的な事案の検討にあたっては、常に最新情報を確認することが必要です。

以上

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみに依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスを御受け頂ければと存じます。