

## <第2回 意匠・特許>

Facebook®や Instagram®などの SNS では、インパクトのあるデザインの商品やパッケージが話題になることが多いです。その結果、ヒット商品につながることも良くあります。似通った商品が数多く出回る中、自社商品を消費者の手に取ってもらうためには、今やデザインの力は無視できないほど重要になっています。

独創的なモノに関するデザインは意匠権により保護されます。意匠権は、特許庁に意匠出願し、審査を受け、登録されて初めて認められます。ペットボトル、菓子のパッケージ（包装紙）、スマートフォンの操作画面、ドローン、乗用自動車など、実に多岐に亘るデザインが意匠登録されています。

意匠が登録されるためには、デザインが、意匠出願日より前に、今までになかった新しいものであることが必要です。したがって、すでに販売された商品や、展示会で公表されたデザインを出願しても、原則として登録されませんので注意が必要です。

昨今、ネットショップで商品が販売されることが多いですが、会社やブランド名の認知度が低い場合であっても、商品のデザインが模倣されることは多いので注意が必要です。弊所のお客さんでも、化粧品の包装容器のデザインが模倣されたことがありました。このような場合に、意匠権を持っていれば、模倣業者に対し販売停止や損害賠償の請求を行うことができます。

なお、ブランド名が模倣された場合は、意匠権ではなく、商標権を基に権利侵害の主張が可能です。

2020 年からは「建物の外観や内装デザイン」も意匠の保護対象に加えられました。すでに、くら寿司の「回転寿司店の内装」（意匠登録第 1671153 号）や JR 東日本の「上野駅公園口駅舎」（意匠登録 1671774 号）なども登録されています。

そのきっかけとなったのがコーヒーチェーン店の「コメダ珈琲店」が、店舗デザインを模倣した「マサキ珈琲」を訴えた事件でした。この事件ではマサキ珈琲に店舗デザインの使用差し止めが命じられましたが、意匠法ではなく別の法律で対応せざるを得なく、苦勞したようです。

今では、建物の外観や内装デザインも意匠権で保護されますので、取得しておけば、意匠権侵害の主張もできますし、模倣もされにくくなっています。

ところで、デザインに、「壊れにくい」「使い易い」等の効果がある場合には、そのデザイン自体を特許権で保護することもできます。特許は、技術的なアイデアを保護するものです（表参照）。

例えば、キッコーマン社の「しぼりたて生しょうゆ」の包装容器（画像参照）は二重構造になっており、醤油に空気が触れずに鮮度が長期に保てる構造になっていますが、この技術については特許が取得されています。また、包装容器のキャップの注出口の形状のデザインは意匠権が取得されています。

身近な日用品にも、様々な権利が関わっているのです。（鈴木徳子）

#### ■ 特許法上の「発明」とは

##### 自然法則を利用していること

- × 経済法則など、自然法則以外の法則
- × 商売方法など、人為的取り決め
- × 万有引力の法則など、自然法則自体

##### 技術的思想であること

- × フォークボールの投球方法、プロレス技
- × 絵画、彫刻など、美的創作物
- × データベースなど、単なる情報の提示

##### 創作であること

- × 天然物の単なる発見

##### 高度なものであること



引用：キッコーマン社 HP