

知財でつかむ次の成長 (6)

重要性を増している知的財産権（知財）の一つに「意匠権」がある。簡単にいうと「モノ」の特徴的なデザインを保護する権利である。特にものづくりに携わる企業はモノのデザインを通じて、自社のイメージを形成していく。経済産業省・特許庁が2018年5月に発表した「『デザイン経営』宣言」では、デザイン投資が企業の成長につながると指摘する。モノがあふれる時代だからこそ、デザインが一層重要になる。

デザインは美しさだけではなく、形状により発揮される機能も含まれる。意匠権はこれらを保護する有用な権利といえる。ただ、デザインの重要性は知られているものの、意匠権は十分には知られていない。企業の方と話をすると、商標権や特許権と混同されている方も多い。

意匠権を商標権と比較すると、仮に他社から自社製品の模造品が現れたときに、商標権のみではブランド名だけ変えられて回避されてしまうこともある。意匠権があれば、デザインそのものを保護することで、模造品の製造自体を止

めることができる。

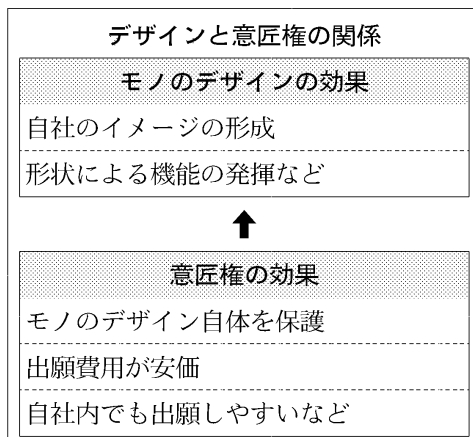
また、意匠権の特許権と比較すると、出願費用が安価で、図面さえあればよく出願時の書面も簡素で、外部の専門家に頼らず自社内で手軽に出願できる特徴もある。意匠権と商標権・特許権を組み合わせることで、さらなる権利保護も実現できるともいえる。

意匠権は安価で手軽な割にはそれなりの権利保護ができるため、中小企業にも使いやすい権利だ。しかし、特許庁によると13～15年で中小企業による意匠権の利用は約3割にとどまる。特に中小企業が新しく製品展開したときに意匠権を持たないため、デザインが模倣されたという話はよく聞く。

意匠権を活用することで、自社の権利を保護しつつ、成長につながった中小企業も多い。一例をあげると、熊野筆の化粧用ブラシや、学校のトイレでよく見かけたスリッパなど、意匠権はロングセラーの製品にも多く使われている。

2019年に「特許法等の一部を改正する法律案」が成立した。意匠権は画像の保護対象が拡充されたほか、建築物・内装のデザインも対象に加わるなどより利用しやすい制度になった。一部を除きこの4月1日に施行された。デザインの重要性が高まる中、権利範囲が広がった意匠権を経営に活用してみてはいかがだろうか。

意匠権でデザインを守る



はぎわら・まさふみ 2008年入社。シンクタンク部門で主に映像産業、デザイン、文化芸術の振興をテーマに調査研究や実行支援に従事。近著に「すごいぞ！ はたらく知財」（晶文社）。