

学習課題 【違反事例から考える意匠権】

授業目標

知識・技能	知的財産権の基礎知識を身につける。
思考力・判断力・表現力等	具体的な取得要件を考えたり，模倣品への対策を考えたりする。
学びに向かう力等 (現代的な課題)	すすんで意匠権の役割を考え，身近な商品への見方・考え方を再考してみる。

活動① 1条理解

意匠法 昭和34年

(目的) 第一条

「意匠の保護及び利用を図ることにより，意匠の創作を奨励し，もって産業の発達に寄与することを目的とする」

商品のデザインを財産として守ってくれるのが「意匠権」

活動② 海外での模倣品事例を知る。

有名お菓子を事例に

日本食品メーカーは海外にも進出しているが，模倣品対策にも苦慮している。

- ・ヨーロッパ・東南アジア・中国・韓国・インドネシアで真正品以外が売られている。
- ・現地にて権利申請しなかったもので，模倣品を増加させてしまった事例もある。

そのほか

- ・ゲームソフトのパッケージ
- ・ボールペンなどの文房具
- ・登山道具などでも出回り，通常の使用よりかなり小さな荷重で器具が変形してしまう，或いはこわれてしまうものがある。

活動③ 輸入される模倣品の増加について。

ブランド品の財布やサングラス，装飾品，靴など悪質なものに自転車などもある

参照：特許庁：2015年度 模倣被害調査報告書，

<https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/document/jittai/2015shousai.pdf>

1) 韓国地裁，グリコ菓子パッケージの意匠権侵害で，ロッテ菓子の差止め命ず

(知財情報局 2015/08/25)

日本の江崎グリコが，韓国のロッテグループのスティック菓子のパッケージなどが自社製品の真似だとして，韓国で，対象製品の製造・販売の差し止めなどを求めている訴訟で，ソウル中央地裁は8月23日，グリコ側の訴えを認め，ロッテ側に製品の製造・販売の差し止めなどを命ずる判決を下した。

同地裁は判決の中で，「ロッテの『ペペロ・プレミアム』は，グリコの『バトンドール』の発売開始後に韓国で発売されたもので，製品の形もほとんど同じで，パッケージの配色や表示なども良く似ており，グリコの製品を真似て作られたものと考えられる」として，グリコの意匠権の侵害を認めた。

さらに，「両製品は，同じ形態の菓子であり，直接的な競争関係にある。グリコ製品も，韓国でのオンライン購入が可能な点などを総合的に考慮すれば，ロッテが問題製品を製造・販売することで，グリコの営業上の利益を侵害する恐れがある」として，ロッテ製品の製造・販売の差し止めを命じた。

ロッテ側は、「グリコのデザインは新規性がなく、意匠権は無効であり、また、グリコ製品は韓国で輸入・販売されていないため、営業上の利益は侵害していない」と主張していたが、認められなかった。

2) 腹筋マシン「ワンダーコア」類似品販売疑い 業者を逮捕

人気の家庭用フィットネスマシン「ワンダーコアスマート」に類似する商品を中国から輸入し、販売したとして、A 県警は 2016 年 6 月、S 県の会社社長ら 3 人を意匠法違反の疑いで逮捕したと発表。昨年 1 1 月、意匠登録されている正規品に類似したコピー商品計 46 台を雑貨卸会社や小売会社などに計約 26 万 5 千円で販売し、意匠権や輸入販売会社の意匠専用実施権を侵害した疑いがある。

県警によると、容疑者らは中国からコピー商品を輸入。正規品の販売価格は 1 台 1 万円以上するが、同社は類似品を 5 千円程度で約 350 台販売し、売り上げは約 180 万円あったとみられる。

活動④ まとめ

優れた事例)

出典：

- ①経済産業省 特許庁『なるほど、日本の素敵な製品ーデザイン戦略と知的財産権の事例集ー』2011 年
- ②経済産業省 特許庁『なるほど、日本の素敵な製品 2ーデザイン戦略と知的財産権の事例集ー』2012 年
- ③経済産業省 特許庁『なるほど、日本の素敵な製品ーデザイン戦略と知的財産権の事例集ー』

①「金のつぶ あらっ便利！」株式会社ミツカン

●デザイン戦略

- ・「もっと身近で、もっと便利な納豆」をコンセプトに、フィルムや小袋のないセパレート型容器を用いた製品開発 を検討。
- ・タレ収容部は、タレを移しやすい三角形を採用。
- ・納豆収容部は、箸でかき混ぜやすい丸みのある形状にリニューアル。
- ・新容器に対応するゼリー状のタレを開発。

●出願戦略

- ・タレ収容部と納豆収容部のレイアウトが異なる意匠を関連意匠で権利取得。
- ・納豆収容部をリニューアルしたバリエーションも、追加で権利取得。

●実績

- ・累計出荷数 15 億食突破。(2008 年 9 月 1 日～2009 年 12 月)
- ・工夫した容器デザインが企業認知向上にも一役。

②「フランスパン工房」(株) おやつカンパニー

●デザイン戦略

- ・「フランスパン工房」をベースにした「パン de ショコラ」を開発。フランスパン工房の開発時に、チョコレートを掛けたものも味は好評だったが、全面にチョコレートをコーティングしたため、シイタケのようだと指摘された。見栄えをよくするため、チョコレートを全面コーティングではなく波模様とした。

●出願戦略

- ・定期的に行っている弁理士との勉強会で「パン de ショコラ」の波模様を意匠出願できる可能性が判明。このお菓子は特許出願や商標出願しかしていなかったが、

急遽、意匠出願を6件した。

●実績

- ・他社からは直線状のストライプ模様にチョコレートを掛けたお菓子が販売されているが、波模様は発見されていない。
- ・発売後4日間で1ヶ月間の売り上げ目標を達成。テレビ番組でも2007年の大ヒット商品として紹介された。

③ 「UDスプーン」株式会社レーベン販売

●デザイン戦略

- ・「製品本来の機能や意味を基本から見つめ直す」というデザイン思想の元に開発。
- ・従来のスプーンは「飲む」ためのスプーン。「箸を使うようにスプーンが使えない」というストレスの軽減に焦点を当て、唇と皿にフィットする左右非対称形を採用。

●出願戦略

- ・独占権を取得することで、粗悪な類似品から自社ブランドを保護。
- ・新しい機能を持つさじ部分について、部分意匠として権利取得。

●実績

- ・子供向けの給食用スプーンとして採用。
- ・2000、2006年度グッドデザイン賞受賞。
- ・第1回キッズデザイン賞商品デザイン部門受賞

意匠権の主な取得要件

業とする人にとって・・・

- | | |
|-------------------|--------------|
| ①機械等でたくさんつくれそうだね… | 工業上利用 |
| ②今までなかったんじゃない？ | 新規性 |
| ③よく考えられたものだなあ！～ | 創作非容易性 |
| ④まだ大丈夫だよね… | 類似品が出願されていない |

意匠の保護対象

物品の形状の意匠

物品の形状と模様が結合した意匠

物品の形状と色彩が結合した意匠

物品の形状と模様と色彩が結合した意匠

参考資料 ※存続期間について

- | | |
|-------|-------------------------|
| 特許権 | 出願の日から原則として20年をもって終了 |
| 実用新案権 | 出願の日から原則として10年をもって終了 |
| 意匠権 | 登録の日から原則として20年をもって終了 |
| 商標権 | 登録の日から10年間（10年単位で更新が可能） |

評価規準

能力	項目	A	B	C
知識・技能	知的財産権の基礎知識を身につける。	目的、特徴などやその背景にあるものまで理解する。	目的や取得の条件を知る。	Bの基準に達していない。
思考力・判断力・表現力等	具体的な取得要件を考えたり、模倣品への対策を考えたりする。	事例から得た知識を他の商品に置き換えて一定の判断まで考えることができる。	事例から得た知識を他の商品に置き換えることができる。	Bの基準に達していない。
学びに向う力等 (現代的な課題)	すすんで意匠権の役割を考え、身近な商品への見方・考え方を再考してみる。	積極的に身近な商品の価値について再考することができる。	身近な商品の意匠権を考えることができる。	Bの基準に達していない。